

Media – en selvstendig politisk aktør?

En analyse av tre avisers dekning av to valgkamper.

Av Sigmund Haugedal

Hovedoppgave i statsvitenskap

Institutt for statsvitenskap, Universitetet i Oslo

Våren 2004

Forord

En lang og lærerik prosess er avsluttet. Arbeidet har vært både krevende og utfordrende, men samtidig morsomt og interessant.

Jeg vil først og fremst rette en stor takk til min veileder Bernt Aardal, som med sine kommentarer og faglige oppfølging har hjulpet meg med å stake ut kursen underveis. Likeledes vil jeg takke Rune Karlsen for gode faglige innspill og suverent overblikk, særlig mot slutten av oppgaven. Korrekturleserne Cathrine Brekka og Børge Romsloe fortjener også en stor takk som med sine oppmerksomme øyne og røde penn har hjulpet til med å pynte på fremtoningen av dette produktet. Sist, men ikke minst, takk til min samboer Tonje Magnussen Kolsrud for å ha vist tålmodighet, og for å ha støttet meg gjennom hele hovedoppgaveprosessen.

På tross av at mange personer har hjulpet meg i arbeidet med denne hovedoppgaven, er sluttresultatet, med de eventuelle mangler og feil det måtte inneholde, ene og alene mitt ansvar.

Sigmund Haugedal

Oslo, 11. mars 2004

1. KAPITTEL: INTRODUKSJON	6
1.1 INNLEDNING OG PRESENTASJON AV TEMA	6
1.2 BETRAKTNINGER RUNDT FORHOLDET POLITIKK OG MEDIA.....	8
1.3 PERSPEKTIVER PÅ MEDIENES NYE ROLLE.....	9
1.3.1 Kanal-arena-aktør.....	9
1.3.2 Partistyrte versus mediadrevne valgkamper.....	11
1.3.3 Avpartifisering.....	12
1.3.4 Det mediavridde samfunn	14
1.3.5 Media - en selvstendig, politisk institusjon?.....	16
1.4 BAKGRUNN FOR VALG AV TEMA.....	19
1.5 TEORETISKE PERSPEKTIVER OG PRESENTASJON AV PROBLEMSTILLINGENE	21
1.5.1 Dagsorden- og definisjonsmakt.....	22
1.5.2 Priming og framing	25
1.6 DISPOSISJON AV OPPGAVEN.....	29
2. KAPITTEL: DATA OG METODE	31
2.1 INNLEDNING	31
2.2 KILDE- OG DATAMATERIALET	31
2.3 METODE.....	34
2.3.1 Kvantitative versus kvalitative teknikker.....	34
2.3.2 Koding, kategorier og enheter	36
2.3.3 Manifest versus latent innhold	39
2.3.4 Reliabilitet og validitet.....	40
3. KAPITTEL: FRA POLITISK AVHENGIGHET TIL SELVSTENDIG UAVHENGIGHET – NORSKE MEDIERS HISTORIE	42
3.1 INNLEDNING	42
3.2 ETABLERINGEN AV PARTIPRESSEN	42
3.3 PARTIPRESSEN FORMALISERES	44
3.3.1 Høyrepressen	44
3.3.2 Arbeiderpartipressen.....	46
3.3.3 Oppsummering	47
3.4 KORT BESKRIVELSE AV AVISENE I UTVALGET.....	48
3.4.1 Aftenposten.....	48
3.4.2 Dagsavisen/Arbeiderbladet.....	49
3.4.3 Verdens Gang.....	50
4. KAPITTEL: MEDIA SOM AGENDASETTER.....	52
4.1 INNLEDNING	52
4.2 PRESSENS SAMFUNNSROLLE	52

4.3 VALGKAMPENS KARAKTER.....	54
4.3.1 Den politiske situasjonen før valget	56
4.4 AVISENES DAGSORDEN	57
4.4.1 Dagsorden 1969	57
4.4.2 Dagsorden 2001	59
4.4.3 Avisenes viktigste saker	61
4.4.4 Medienes dagsorden versus velgernes dagsorden	68
4.5 PARTIER PÅ MEDIENES DAGSORDEN.....	69
4.6 POLITIKERE PÅ MEDIENES DAGSORDEN.....	72
4.7 OPPSUMMERING OG SAMMENLIGNING	76
5. KAPITTEL: MEDIA SOM AKTØR.....	78
5.1 INNLEDNING.....	78
5.2 REGJERINGSSPØRSMÅLET – 1969 VERSUS 2001	79
5.2.1 Klare alternativer i 1969	81
5.2.2 Uklart landskap i 2001	83
5.2.3 Fra partifokus til personfokus.....	87
5.3 SKATTER OG AVGIFTER – VIKTIGSTE STRIDSSPØRSMÅL I 1969	89
5.3.1 Skattereformen.....	90
5.4 PRESSEN SOM POLITISKE AKTØRER.....	93
5.4.1 Budsjettlekkasjen.....	95
5.4.2 Sykelønnssaken	98
5.5 OPPSUMMERING OG SAMMENLIGNING.....	103
6. KAPITTEL: OPPSUMMERING OG KONKLUSJON	107
6.1 INNLEDNING.....	107
6.2 HVILKE SAKER ER PRESSEN OPPTATT AV?	108
6.2.1 Pressens strategiske fokus.....	108
6.2.2 Politiske stridsspørsmål.....	110
6.2.3 Hva med partiene og politikernes synlighet?.....	110
6.3 PRESSEN SOM POLITISKE AKTØRER.....	112
6.3.1 Priming og framing.....	112
6.3.2 Fra avhengig til selvstendig politisk aktør.....	115
6.4 HVA NÅ?	117
LITTERATURLISTE	120

1. KAPITTEL: INTRODUKSJON

1.1 Innledning og presentasjon av tema

Temaet for denne oppgaven dreier seg om medier og valgkamp, og mer presist hvilken rolle den skrivende presse har i dag i forhold til tidligere. Medienes rolle i valgkamper og politiske valg har de siste 40-50 årene gjennomgått dramatiske forandringer. Store deler av pressekorpsset var på 1950- og 60-tallet organer for politiske partier. I 1965 hadde aviser som var partiorganer, eller nært knyttet til politiske partier, 73 prosent av pressens samlede opplag (Høyer 1982: 151).

Eksemplene her er mange – Dagbladet henvendte seg i stor grad til Venstres velgere, Arbeiderbladet var formelt knyttet til Arbeiderpartiet, mens Aftenposten hadde nære bånd til Høyre. Å ”dekke valgkampen” innebar i stor grad journalistiske prioriteringer knyttet til eget parti. Dette kom åpent til uttrykk på kommentar- og lederplass, men påvirket også nyhetsprioritering, vinkling og debattredigering (Allern 2001:12). Tidlig på 1990-tallet ble imidlertid den politiske uavhengigheten formelt befestet gjennom den endelige oppløsningen av partipresse-systemet (Allern 2001: 304).

I dag er altså det som tidligere var trofaste partiaviser i stor grad blitt uavhengige aviser. Pressen er i dag ”avpartifisert”, både med hensyn til eierskap og andre formelle bånd. Mediene har løsrevet seg fra direkte partiinnflytelse, og blir stadig mer aktive medspillere både når det gjelder å påvirke opinionen og i forsøkene på å påvirke politikere og myndigheter (Høyer 1989: 149). Samtidig oppdager politikerne at det ikke lenger er selvsagt at partiene trekker opp hovedlinjene i den offentlige debatt. Det er i dag mediene som er i førersetet når det gjelder å sette dagsorden, og det er mediene selv, i stor grad, som bestemmer hvilke politikere som får mest spalteplass og får slippe til i valgdebatter. Parallelt med denne utviklingen har partiorganisasjonene blitt vesentlig mindre, noe som gir media en enda viktigere rolle som kontakthjelper mellom partier og velgere. Dette betyr altså at politisk

kommunikasjon oppfattes, på godt og vondt, som mediekommunikasjon (Allern 2001).

Valgkampene har de seneste årene totalt skiftet karakter. Bjørklund (1991) skisserer en utvikling der valgkampene har gått fra å være partistyrte til å bli mediedrevne. Han peker på at velgerne nå i større grad er på vandring fra valg til valg, og at dette, til en viss grad, skyldes den nye formen for valgkamp som mediene har skapt og partiene fører. Partiene er blitt tvunget til å tilpasse seg en ny hverdag der mediene ofte sitter med regien på hvordan valgkampen skal forløpe. Medietrening har derfor helt siden slutten av 1970-tallet vært en obligatorisk praksis for politikere (Eide 1991). Østbye (1997) beskriver medienes utvikling som en prosess gjennom tre kanaler. Han peker på en utvikling der media har gått fra å være en partiavhengig *kanal*, til å bli en *arena* der politikerne konkurrerer om oppmerksomhet og innflytelse. Mediene kan i dag, hevder Østbye, betraktes som uavhengige politiske *aktører*.

Det er denne utviklingen jeg ønsker å beskrive og undersøke i denne oppgaven. Oppgavens ***hovedtema*** dreier seg således om medienes rolle i valgkamper, og dens utvikling fra og med partipressens tid og frem til i dag. På hvilken måte har medienes *aktørrolle* endret seg i denne perioden, og på hvilken måte, og i hvilken grad, har medienes valgkampdekning endret karakter?

Jeg vil i det følgende redegjøre for ulike perspektiver som kan være med å forklare og beskrive medienes nye rolle og plass i samfunnet. Disse perspektivene vil være med på å klargjøre og underbygge oppgavens tema ytterligere, og samtidig lede fram til oppgavens to problemstillinger. Aller først vil jeg imidlertid si noe om forholdet mellom politikk og media.

1.2 Betraktninger rundt forholdet politikk og media

Stein Rokkan pekte i 1966 på to viktige kanaler for innflytelse; nemlig den numeriske og den korporative kanal (Rokkan 1966). Den numeriske kanalen tilsvarer den demokratiske valgkanalen. Velgerne avgir sin stemme ved valget, og bestemmer således sammensetningen av Stortinget, samt indirekte hvem som skal sitte i regjering.

Den korporative kanalen, der interesseorganisasjonene spiller en vesentlig rolle, er også en svært viktig kilde til innflytelse. Han hevder således at de viktige avgjørelsene i økonomisk politikk sjelden blir tatt innad i Stortinget eller i partigruppene (Rokkan 1966: 107). Den sentrale arena er snarere rundt forhandlingsbordet der representanter fra forskjellige interesseorganisasjoner deltar.

Men Rokkan inkluderte også en tredje kanal for innflytelse; nemlig massemedia. Pressen var hovedorganet for den offentlige debatt, og hadde etablert seg som en viktig kanal mellom partiene og den øvrige befolkningen. Under Kings Bay-krisen¹ sommeren 1963 skal statsminister Gerhardsen ha uttalt at pressen, og ikke de andre partiene, var den reelle opposisjonen i Norge (Rokkan 1966: 109). Rokkan var imidlertid usikker på om avislesning kunne ”omvende” Arbeiderparti-velgerne, men mente de helt sikkert ble påvirket da de ble eksponert for andre synspunkter enn sine egne. Mye er skjedd siden den gang, og det er i dag påvist at media er en viktig innflytelseskana1 for norsk politikk.

¹ Kings Bay-krisen resulterte i at Gerhardsen-regjeringen ble styrtet, og erstattet av en regjering bestående av de fire ikke-sosialistiske partiene med Høyres John Lyng som statsminister. Bakgrunnen for denne krisen var at en kommisjon som hadde undersøkt arbeidsulykkene i Kings Bay-gruvene på Svalbard året før, rettet massiv kritikk mot regjeringens kontroll med arbeidstilsynet i gruvene (Valen 1992: 72).

1.3 Perspektiver på medienes nye rolle

Det har lenge pågått en debatt om medienes endrede rolle i samfunnet. Spesielt etter den første maktutredningen, som ble avsluttet i 1982, ble medienes rolle diskutert grundig. Tore Slaatta (1999) oppsummerer debatten, og sier at mye av diskusjonen dreide seg om hvorvidt media skulle betegnes utelukkende som en kanal, eller om media også skulle bli betegnet som en arena. Gudmund Hernes mente at mediene måtte tenkes å være en uatskillelig del av det politiske, som en offentlig arena hvor det strides om politikk. Det var i dette samspillet politikken oppstod, og media fungerte både som "arena og aktør". Arena-begrepet ble dermed satt opp mot kanal-begrepet, noe som fremhevet alternative modeller for forståelsen av samspillet mellom medier og politikk (Slaatta 1999: 31).

De fleste forskere er i dag enige om at media er blitt en betydelig aktør på den politiske arena. Jeg vil ikke utfordre dette synet i denne oppgaven, men snarere forsøke å synliggjøre denne endringen ved å blant annet undersøke hvordan denne aktørrollen har utviklet seg over tid. I det følgende vil jeg presentere noen perspektiver som beskriver og drøfter dette synet på medienes nye rolle.

1.3.1 Kanal-arena-aktør

Helge Østbye (1997) beskriver medias utvikling i tre faser – som *kanal*, *arena* og *aktør*. Østbye deler altså medias utvikling de siste 40 årene inn i tre faser.

Fase 1 (1945-57) var preget av en lojal partipresse og gjennombruddet for radioen. I denne perioden ble mediene betegnet utelukkende som en kanal. Det betydde stabile allianser mellom parti og presse, der partiene brukte "sine" organer for å nå ut til velgerne. På 1960-tallet var fortsatt rundt 80 prosent av pressen erklærte partiaviser (Østbye 1997: 220).

I fase 2 (1961-69) ble imidlertid de lojale partiavisene satt under press, og flere og flere aviser ønsket en løsere tilknytning til de politiske partiene. Endringer i det politiske systemet, samt økt markedstilpasning er to faktorer som kan forklare dette.

Mange aviser ble, på grunn av færre lesere og tøffere annonsemarked, tvunget til å endre profil. Annonseørene krevde høyere salgstall, noe som igjen førte til at avisene måtte henvende seg til flere lesergrupper. En konsekvens av dette var at den politiske profilen ble mer utvannet, og båndene til partiene ble løsere. Partiene beholdt likevel sitt offisielle politiske ståsted. Det er verdt å merke seg at selv om pressen nå var blitt en arena der forskjellige politiske synspunkter kom til uttrykk i en og samme avis, så kunne man fortsatt skille mellom for eksempel borgerlige og sosialdemokratiske aviser.

Det er også viktig å merke seg at fjernsynet fikk sin inntreden i denne perioden. NRK TV startet opp sine regulære sendinger i 1960. Mens avisene i stor grad fortsatt var partiavhengige, var NRK offisielt nøytralt. Tanken var at dette mediet skulle være en kanal for partiene ut til velgerne, men samtidig være nøytralt. Lik adgang var et sentralt prinsipp. Det er i denne andre fasen Østbye peker på en utvikling der media gikk fra å bare være en kanal, til å bli en arena hvor partiene kunne konkurrere om oppmerksomhet i alle medier.

I den tredje fasen (1973-) mener Østbye at mediene kan karakteriseres som aktører. Selv om mediene allerede på 1960-tallet begynte å løsne på de politiske båndene, var det først i denne tredje fasen de virkelig fikk en aktiv og selvstendig rolle på den politiske arena. En viktig forskjell er at avisene i dag ofte er med på å sette den politiske dagsorden (Østbye 1997: 224). Media spiller således en aktiv rolle når det gjelder hvilke saker politikerne bør interessere seg for. Dagens medier finner seg ikke i å bare være en arena for andre aktører, de vil spille en rolle selv. Et fellestrekk i nyhetsmedier i dag er at journalistene forsøker å drive med undersøkende journalistikk, og presentere sine egne vinklinger i presentasjonen av nyheter. På den måten setter media ofte forskjellige saker på dagsorden, og argumenterer for den ene eller den andre løsningen. Dette resulterer i at mediene får stor politisk innflytelse, men samtidig står uten politisk ansvar. En konsekvens av dette kan være at media således har styrket sin rolle, mens den numeriske kanal er ytterligere svekket (Østbye

1997: 227). Det vil i dag være mer riktig å beskrive media som både kanal, arena og aktør på den politiske scenen.

1.3.2 Partistyrte versus mediadrevne valgkamper

Tor Bjørklund (1991) beskriver medieutviklingen omtrent på samme måte som Helge Østbye; det vil si med en utvikling fra kanal via arena til aktør. Han fokuserer imidlertid mer på valgkampene, og skisserer en utvikling der kampanjene har gått fra å være partistyrte til å bli mediadrevne. Bjørklund (1991: 298) skriver:

”The relative strength of political parties has declined, whereas an opposite trend can be observed for the media. The media have moved from being party-controlled to being more or less independent actors in the election campaigns.”

De politiske partienes stilling under valgkamper er altså svekket i forhold til tidligere, og samtidig er valgkampene blitt stadig mer avgjørende for valgutfallet. Istedenfor partiene er det nå massemedia som har tilrevet seg en mektig og uavhengig posisjon under valgkampene. Massemediene, som tidligere var sterkt influert av de politiske partiene, følger nå hovedsakelig sin egen kurs. Dette har endret forholdet mellom partiene og mediene betydelig (Bjørklund 1991: 280).

Bjørklund skisserer en modell der partiene er sendere og velgerne er mottakere av informasjon, som igjen sendes gjennom kanaler (Bjørklund 1991: 281). Han skiller mellom en *direkte* kanal og en *indirekte* kanal. Gjennom den direkte kanalen går informasjon uavbrutt fra partiene til velgerne, det være seg *privat* eller *offentlig*.

I den indirekte kanalen kommer *media* inn som en vesentlig faktor mellom partiene og velgerne. Her filtreres informasjonen fra partiene, *kontrollert* eller *ukontrollert*, gjennom media før den når velgerne. Den er naturligvis denne kanalen som er av størst interesse for mitt vedkommende, ettersom det er medienes rolle i valgkamper som er fokus i min oppgave. Et eksempel på kontrollert informasjon gjennom media er den tradisjonelle partipressens praksis. Avisenes informasjon var da oftest i tråd med den politiske profilen til vedkommende parti.

På den annen side har vi noe Bjørklund kaller ukontrollert informasjon gjennom media. Et klart eksempel på dette finner vi i den frie, uavhengige pressen som ideelt sett skal være basert på journalistiske og markedsorienterte retningslinjer.

Bjørklund hevder at media i dag må karakteriseres som en uavhengig politisk aktør, og altså ikke bare som en passiv kanal for ukontrollert informasjon.

1.3.3 Avpartifisering

Jens O. Simensen tar i sin bok *Meningsbærer eller meningsløs?* (1999) opp problemstillinger knyttet til medienes endrede rolle. Han sier at i partipressens tid var det parallelle interesser mellom parti og presse (Simensen 1999: 9-14). På samme måte som partiene diskuterte seg i mellom, polemiserende avisene mot hverandre. Vi fikk således, hevder Simensen, et politisk mangfold i tråd med de demokratiske idealer. De siste 20-30 årene har imidlertid bildet endret seg. Avisenes formål er endret fra å være partipolitiske organer til å ha et mer uavhengig og videre verdigrunnlag. Denne prosessen blir kalt *avpartifisering*. Avpartifisering betegner den prosessen hvor aviser har gått fra å være partipolitiske organer og sterkt politiske i sitt innhold, til å bli reelt og formelt uavhengige av partier. Begrepet må ikke forveksles med avpolitisert, som betyr at avisene nærmest er uten politisk innhold og uten verdigrunnlag (ibid.).

Men hva betyr egentlig partipresse? Kai Kronvall (1971: 7) sier at begrepet ”partiavis” eller ”partipresse” kan plasseres på en skala mellom to ytterpunkter. På den ene siden har parti og presse en tett økonomisk og organisatorisk tilknytning til hverandre, mens man på den andre siden har fullstendig økonomisk og organisatorisk selvstendighet. Kronvall trekker således et skille mellom *den egentlige partipresse* og *den partitilknyttede presse*. Den norske pressen, eller partipressen, kan sies å ha operert mellom disse to ytterpunktene helt fra pressens opprinnelse, og fram til slutten av 1980-tallet. I dag betrakter imidlertid majoriteten av norsk presse seg som uavhengige og uten partitilknytning.

Simensen (1999: 99) hevder løsrivelsen fra å være organer for politiske partier til å bli partipolitiske uavhengige aviser var en lang prosess. Det var resultatet av en profesjonalisering av journalistikken der kravene til integritet og åpenhet stod sentralt som til slutt ble utslagsgivende for avpartifiseringen av norsk presse. De gamle venstreavisene viste allerede på 1960-70-tallet, i kjølvannet av blant annet EF-kampen, tendenser til avpartifisering. De første formelle utslag i høyre- og arbeiderpressen kom utpå 1980-tallet. Det formelle brudd med partiene, i form av endrede vedtekter, kom imidlertid ikke før på 1990-tallet. Høyer (1995: 370-71) skriver at A-pressen fra 1989 hadde forlatt partiet, men viser også til en annonse for Arbeiderbladet, trykket i Dagbladet:

"Arbeiderbladet er ikke organ for noe politisk parti. Arbeiderbladet er en fri, uavhengig og uredd avis – med hjertet der hjertet skal være: på venstre side. Leserne vet hva Arbeiderbladet står for. Avisen har et sosialdemokratisk grunnsyn på samfunnsliv og politikk (Dagbladet 5. september 1994).

En annonse av nyere dato, trykket i Dagsavisen, illustrerer noe av det samme:

"Mot venstre. Dagsavisen markerer seg som et samfunnskritisk alternativ på politikken venstreside. Vi gir deg nyheter og bakgrunnsstoff fra samfunnsområder som betyr mye for folk flest...." (Dagsavisen 16. august 2002).

Disse annonsene viser at avpartifisering ikke er det samme som avpolitisering, noe som her viser seg ved at Dagsavisen helt bevisst velger å forankre sitt verdigrunnlag på venstresiden i norsk politikk.

Dette synet forfektes også i rapporten *Pressepolitikk ved et tusenårsskifte* (NOU 2000:15). Her står det at avviklingen av partipressesystemet må forstås som en avpartifisering framfor en avpolitisering. Dette innebærer at Norge fortsatt har en politisk differensiert presse. Differensieringen er imidlertid ikke lenger knyttet til de politiske partiene, men til de politiske hovedretningene; arbeiderbevegelsens grunnsyn, konservative og liberale. Det er med andre ord fortsatt politiske forskjeller

mellom norske aviser om man tar utgangspunkt i det verdigrunnlag avisene selv har definert.

Likevel, de gamle partiavisene erklærer seg nå per definisjon i stor grad som uavhengige. Denne frie og uavhengige rollen er nedfelt i pressens egne vedtekter og generelle etiske rammeverk, Vær Varsom-plakaten og Redaktør-plakaten. Vær Varsom-plakaten uttrykker normer i forhold til hvordan pressens rolle bør se ut. Kjernen er at pressen ser på seg selv både som et premiss og som en garanti for et fungerende demokrati. Jeg vil komme nærmere tilbake til denne plakaten i kapittel 4.

1.3.4 Det mediavridde samfunn

Rapporten om massemedier (NOU 1982: 30) konkluderte med at mediene ikke var tilstrekkelig studert til å kunne si noe sikkert om medienes makt. Til tross for at mediedelen ved forrige maktutredning ble viet stor plass, var det mange problemstillinger som forble ubesvarte. Dette førte til at det avstedkom en debatt om mediemakt på 1980-tallet, i kjølvannet av maktutredningen. En av debattantene, Gudmund Hernes, hadde like før utviklet tesen om ”det media-vridde samfunn”, og lanserte begrepet medievridding (Hernes 1978).

Hernes’ beskrivelse av samfunnsutviklingen er at vi har gått fra å være et informasjonsfattig samfunn til å bli et informasjonsrikt samfunn. I det gamle informasjonsfattige samfunnet stod personlig erfaring sentralt, der historier og nyheter ble overlevert fra munn til munn. Kunnskapen om samfunnet, og verden utenfor, var naturligvis begrenset uten massemedier og moderne kommunikasjonsnett. Til gjengjeld var det gamle informasjonsfattige samfunnet handlingsrikt, hvor man høstet lærdommer basert på egen erfaring. I det moderne samfunnet er forholdene annerledes. Samfunnet er nå blitt handlingsfattig, men på den annen side informasjonsrikt. Dette betyr at det hele tiden pågår en kamp om oppmerksomhet, og at samfunnet således har blitt veldig mangfoldig og verdirikt. Det sentrale poenget er at denne informasjonsrikdommen etter hvert forvandlet seg til informasjonsoverflod. Dermed oppsto en situasjon hvor intet individ hadde kapasitet

til å orientere seg ut fra tilgjengelig informasjon. Mediene måtte dermed utvikle egne teknikker og strategier for å nå publikum. Hernes fremstiller således det nye, informasjonsrike samfunnet som det ”mediavridde” samfunn.

Hernes diskuterer ulike teknikker som media benytter seg av for å fremstille informasjon. Disse teknikkene er, i følge Hernes, nødvendige for at media skal lykkes i å nå fram med sitt budskap i dagens informasjonsrike samfunn. Teknikkene som media bruker kan sammenfattes i fem punkter (Hernes 1978: 7):

- 1) *Tilspissing*. Det er vanlig at innholdet i budskapet kvesses til, og at detaljene erstattes med spissformuleringer. På grunn av sendetidens begrensninger er det viktig å fatte seg i korthet, og omfattende rapporter må gjengis i hovedpunkter.
- 2) *Forenkling*. Kompleksiteten i budskapet må reduseres, mangfoldigheten begrenses. Man må i det hele tatt prøve å framstille kompliserte ting på en enkel måte.
- 3) *Polarisering*. For å holde på oppmerksomheten må det være en polarisering hvor kontraster i synspunkter kommer tydelig frem.
- 4) *Intensivering*. Dette dreier seg også om oppmerksomhet. Et heftig utbrudd tiltrekker seg mer oppmerksomhet enn et sindig innlegg.
- 5) *Konkretisering*. En demonstrasjon kan avbildes, men ikke en departementsrutine. Det er enklere å rapportere om et enkelt problem enn å framstille hva som er felles for en serie – en problemtype som krever abstrakte kategorier.

Medievridning kunne ifølge Hernes føre til at mediene, gjennom sin dagsorden-funksjon, skapte ”ad hoc-isme” i politikken (Slaatta 1999: 27). Politikere som ville fange medias oppmerksomhet ble tvunget til å bruke deres egne teknikker, men risikerte å fremstå som døgnfluer og brannslukkere heller enn seriøse politikere.

Artikkelen om ”det media-vridde samfunn”, bemerker Slaatta, var imidlertid ikke basert på empirisk analyse, og ble av mange oppfattet som et hypotesegenererende innlegg (ibid.). Hernes` kolleger i Maktutredningen, Sverre Høyen og Johan P.

Olsen, betraktet derfor tesene om medievridding som et sett foreløpige hypoteser som måtte testes før slutninger kunne trekkes om medienes makt.

1.3.5 Media - en selvstendig, politisk institusjon?

I løpet av de siste tretti årene har forholdet mellom parti og presse endret seg radikalt. Selvstendighet og uavhengighet er blitt sentrale begreper for pressen. Pressen er blitt mer profesjonalisert. Mediene er kort og godt blitt en mektigere og mer selvstendig institusjon.

Det finnes mange typer medier. Nyhetsmediene omfatter i første rekke avisene, nyhetsorienterte ukemagasiner, fjernsyns- og radioselskaper med nyhetssendinger, byråer som formidler nyheter, samt nettaviser (Allern 2001: 39-40). Allern skriver videre at det som skiller nyhetsmedier fra andre medier primært er tilknytningen til den journalistiske nyhetsinstitusjonen. Tematisk handler denne tilknytningen om å jevnlig bringe informasjon om, og tolkninger av, aktuelle samfunnsområder, som for eksempel politikk. Sjangermessig kan denne tilknytningen til nyhetsinstitusjonen knyttes til at dette stoffet samsvarer med felles normer og forståelsesformer for hva som er nyheter og aktualitetsstoff, både hos redaksjonene og publikum.

Timothy Cook har forsket på amerikanske medier, og sett nærmere på institusjonsbegrepet i relasjon til nyhetsmediet. Hans konklusjon er at selv om journalistene og mediene ikke følger noen partipolitiske preferanser, men snarere etterstreber en politisk objektivitet, er de likevel aktører med sine interesser og verdier. Han hevder således at nyhetsmediet kan kalles en samfunnsmessig institusjon (Cook 1998: 84). Cook understreker samtidig at han ikke er ute etter å utvikle en ny institusjonsteori, men ønsker å plassere media i dagens politiske system.

Han mener tre kriterier bør være oppfylt for at man kan kalle nyhetsmediet for en *institusjon*. For det første er institusjoner handlingsmønstre som kan gjenkjennes på tvers av de bedriftene og organisasjonene som preger et bestemt samfunnsområde.

Dette inkluderer uuttalte prosedyrer, rutiner og forutsetninger som både kan begrense og utvide handlingsrommet.

Et annet trekk ved institusjoner, i følge Cook, er at de er utstrakte i tid og rom. På tross av at nyhetsmediene varierer med hensyn til størrelse, geografisk lokalisering, publikumsorientering og så videre, mener Cook likevel at de kan kalles en institusjon på grunn av deres historiske og institusjonelle fellesskap. Et uttrykk for dette i Norge er de felles normene og det etiske rammeverket (jfr. Vær Varsom-plakaten) som pressen har utviklet seg imellom (Allern 2001: 42).

Et tredje trekk ved institusjoner er at de forventes å ta seg av bestemte oppgaver eller dekke bestemte behov innenfor samfunnsliv og politikk. Dette institusjonskriteriet er veldig treffende når man ser på nyhetsmediene i relasjon til nyhetsinstitusjonen. Nyhetsmediene skal være en kanal for offentlig kommunikasjon og informasjon (Allern 2001: 43). Denne rollen som kommunikasjonskanal er viktig for det politiske demokratiet. Mediene sprer informasjon om viktige samfunnsspørsmål, gransker ulike typer makthavere og reiser debatt om ulike spørsmål. Dette idealet er nedfelt i Vær Varsom-plakaten, pressens eget etiske regelverk, der det legges vekt på oppgaver som informasjon, debatt og samfunnskritikk. De ulike nyhetsbedriftene kan, i følge Allern (2001: 43), i tråd med dette vurderes som forvaltere av nyhetsinstitusjonen.

Et annet spørsmål er om nyhetsmediet også kan karakteriseres som en *selvstendig, politisk* institusjon. I følge Cook (1998: 85) kan man også se på nyhetsmediet som en *politisk* institusjon. Han mener videre at journalistene kan karakteriseres som politiske aktører. Dette betyr imidlertid ikke at journalistene følger noen bestemt politisk ideologi eller har noen form for formell partitilknytning. Cook skriver:

"On the contrary, what is so complicated about assessing the political role of newspersons is that their political influence may emerge not in spite of, but because of, their principled adherence to norms of objectivity, deference to factuality and authority, and a let-the-chips-fall-where-they-may distance from the political and social consequences of their coverage."

Sigurd Allern (2001: 44) er også opptatt av dette begrepet, og stiller seg derfor spørsmålet om nyhetsmediene kan karakteriseres som en selvstendig, politisk institusjon. Har nyhetsmediene som samfunnsinstitusjon en grunnleggende politisk karakter? Har de en selvstendig og sentral rolle i forhold til de politiske institusjonene, som for eksempel partisystemet?

Hvordan definerer man hva som er en *politisk*, og hva som er en *selvstendig* institusjon? Cook henviser til David Eastons (1965: 50) definisjon på *politikk*:

"What distinguishes political interactions from all other kind of social interactions is that they are predominantly oriented toward the authoritative allocation of values in a society."

Politikk omfatter, i følge denne definisjonen, hva som er verdier i samfunnet, og hvordan disse skal fordeles. I følge Cook (1997: 86) er mediene med på å fordele verdier og goder i samfunnet. Dette gjøres ved at mediene velger seg ut enkelte offisielle aktører, og vier dem ekstra stor oppmerksomhet. Dermed er media med på å forsterke den politiske makten til de aktørene i samfunnet som allerede har makt. At et spørsmål politiseres, skriver Allern (2001: 45), betyr sånn sett at det trekkes inn i den offentlige debatten, og knyttes til problemstillinger der politiske organer prinsipielt har mulighet til å fatte beslutninger.

En definisjon på en *selvstendig*, politisk institusjon kan være at de bedriftene og individene som forvalter institusjonen representerer en dagsorden som er uavhengig, i den forstand at det ikke fastlegges av andre institusjoner (Allern 2001: 46). Et eksempel på det motsatte, da pressen var en uselvstendig institusjon, finner man i den gamle partipressens tid. Her var avisene for avhengige partiorganer å regne. I dag drives journalistikken på pressens egne premisser. Det betyr ikke at de politiske partiene ikke prøver å legge føringer på hva som skal være dagsorden, og i tillegg ser vi at de forskjellige avisenes vinklinger og kommentarer varierer seg imellom. Dette vil jeg komme nærmere tilbake til i analysen.

1.4 Bakgrunn for valg av tema

”Mediene beskyldes ofte for å befestе den eksisterende politiske orden, snarere enn å komme med egne krav om endringer. Ser vi påstanden ut fra de eksisterende koplinger mellom partier og den politiske elite på den ene side og mediene på den annen, synes den unektelig troverdig. Det er de bærende krefter innen vårt parlamentariske liv som er best representert i mediene, og som gjennom sin tyngde gis størst oppmerksomhet i den løpende rapportering” (NOU 1982: 30, s.331).

Dette sitatet er hentet fra en NOU-rapport fra den første maktutredningen som ble avsluttet i 1982. Det kan således være et godt utgangspunkt med tanke på denne oppgavens tema. Det er imidlertid viktig å understreke at det er over tjue år siden denne rapporten fra Maktutredningen (NOU 1982: 30) ble publisert, og mye er naturligvis skjedd siden den gang. Den forrige maktutredningen hadde partipressen som fokus. Partipressen er i dag formelt avviklet, og nye interessante problemstillinger ser dagens lys.

Hovedlinjene fra Maktutredningens forskningsdebatt og teoretiske posisjoner gjenfinnes imidlertid også blant dagens medieforskere. Martin Eide og Gudmund Hernes (1987) gjorde sitt til at begrepene og modellene om ”mediene som arena og aktør” endelig ble innskrevet i den mediesosiologiske litteraturen i Norge. Som vi har sett oppsummerer både Tor Bjørklund (1991) og Helge Østbye (1997) medias utvikling gjennom tre faser, med media som henholdsvis kanal, arena og aktør. Sigurd Allern (2001) har sett nærmere på medias aktør-rolle i forbindelse med Thorbjørn Jaglands avgang som partileder i Arbeiderpartiet. Han konkluderer med at pressen, og da spesielt VG og Dagsavisen, må karakteriseres som sentrale aktører i dette politiske spillet (Allern 2001: 216). Allern skriver følgende om Jaglands avgang:

”Først og fremst var det imidlertid samspillet mellom indre partiopposisjon og engasjerte representanter fra ”mediemakta” som ble hans bane”.

Svennik Høyér kaller mediene for *parapolitiske aktører* (Høyér 1989: 150). Mediene opptrer sammen med eller ved siden av politikerne, men ikke som politikere. Han peker på at selv om mediene ikke direkte avgjør politiske stridsspørsmål, kan de

likevel være med å avgjøre disse gjennom å spille flere ulike roller i beslutningsprosessen.

For det første kan mediene, i følge Høyer, være *deltakere* ved å gjøre seg til talsmenn for bestemte saker og løsninger på disse, som enda ikke er definert som et offentlig anliggende. For det andre kan mediene spille rollen som *ordstyrer* ved å fokusere på bestemte saker og personer, og velge å gi det mye spalteplass. Endelig kan mediene opptre som *påvirkere* av opinionen ved å definere de problemer og problemstillinger som er aktuelle, og dernest antyde hvilke myndigheter som har, eller ikke har, kapasitet til å løse dette. Mer spissformulert kan man si at mediene har politisk innflytelse, men er uten politisk ansvar.

Det finnes også noen hovedoppgaver i statsvitenskap i den senere tid som har satt medienes rolle under lupen. To av de siste bidragene kommer fra Kjersti Thorbjørnsrud og Rune Karlsen. Thorbjørnsrud (2001) tar for seg den politiske journalistikken i Aftenposten, Dagbladet og VG, og ser på hvordan journalistene definerer og utøver sin rolle. Hennes konklusjon er at det er journalistiske kriterier, og ikke politisk motiverte hensyn, som er utslagsgivende i den politiske journalistikken. Gjennom kvalitative intervjuer med noen av de politiske journalistene i de tre avisene antydes det at journalistene føler seg fristilte i forhold til avisenes fortid som partipolitiske, og er snarere opptatt av å markere uavhengighet både i praksis, og ut fra mer prinsipielle avveininger.

Karlsen (2003) ser på valgkampen 2001, og analyserer sammenhengen mellom Høyre- og Arbeiderpartiets valgkampsaker, deres gjennomslag i media, og velgernes reaksjonsmønster. Han finner at Høyres klare fokus på sine valgkampsaker, saker som også fikk mye oppmerksomhet i media, hadde stor betydning for velgernes reaksjonsmønster. Det motsatte var tilfellet for Arbeiderpartiet, som ikke hadde like klart fokus på hva som var partiets valgkampsaker, og dermed hadde et mer uklart budskap. Dette er kanskje noe av årsaken til at Ap gjorde sitt dårligste valg siden 1924.

Dette viser at media har en sterk og sentral posisjon i norske valgkamper, og at media definitivt kan regnes som en politisk aktør i dagens valgkamper. Forskerne som utarbeidet rapporten om massemedier ved forrige maktutredning konkluderte med at mediene neppe kunne oppfattes som selvstendige politiske aktører i direkte forstand (NOU 1982: 30). De pekte på at de oppfatninger mediene gjorde seg til talsmenn for, måtte videreføres av andre instanser, som politiske partier og interesseorganisasjoner, før de ble virksomme i den politiske beslutningsprosess. Medienes motiv er nok heller ikke i dag å involvere seg direkte i beslutningsprosessene, men snarere å aktivt prøve å være med å sette den politiske dagsorden, og derigjennom påvirke den politiske beslutningsprosess. Rapporten slår også fast at mediene kan spille en selvstendig, politisk rolle.

Det er på det rene at det er blitt ført mange debatter om medias rolle i Norge. Samtidig finnes det påfallende lite empiriske undersøkelser på området. Det vil derfor være interessant å supplere denne debatten med mer empiri. Foruten Cook (1998) og Allern (2001) er det gjort relativt få undersøkelser som har testet antagelsene om mediene som selvstendige politiske aktører. For øvrig finner jeg det ekstra interessant å sammenligne den moderne valgkampens pressedekning med dekningen fra partipressens tid. Dette er et av de sentrale elementene jeg vil drøfte i denne oppgaven.

1.5 Teoretiske perspektiver og presentasjon av problemstillingene

Målet med denne hovedoppgaven er å undersøke i hvilken grad mediene i dag kan betraktes som selvstendige, politiske aktører i politikken. Med det menes blant annet i hvilken grad mediene makter å definere den politiske dagsorden, og gjøre seg til talsmenn for bestemte saker, samt skissere eventuelle løsninger på disse. I tillegg er det interessant å se på hvilken måte den politiske aktørrollen har endret seg over tid.

Gjennomgangen av litteraturen under punkt 1.3 og 1.4 har vist at medias rolle har endret seg fra å bare være en kanal til å bli en aktør på den politiske arena. I tillegg har vi sett at media har blitt mer selvstendige og profesjonaliserte. Det har med andre ord skjedd betydelige endringer over tid.

Sigurd Allern (2001: 62) opererer med en ”trang” og en ”vid” definisjon av begrepet *politiske aktører*. En ”trang” definisjon vil begrense det politiske aktør-begrepet til de som direkte er engasjert i politiske prosesser, debatter og konflikter, inkludert i nyhetsmedienes politiske opinionsdanning. En ”vid” definisjon vil utvide det politiske aktør-begrepet til å omfatte de som mer indirekte fyller roller og tar avgjørelser som har betydning for politiske institusjoner og politisk opinionsdanning, inkludert avgjørelser som er mer journalistfaglig eller kommersielt motivert. Jeg vil i min oppgave benytte begge definisjonene på politiske aktører, ettersom jeg er interessert i å undersøke hvilke saker mediene vektlegger, og på hvilken måte disse blir presentert.

Mediene har makt i den forstand at de er sentrale når det gjelder å definere hva som er viktige og relevante spørsmål i samfunnet. Mediene setter således rammene for hva folk skal mene noe om, og hvordan nyheter skal presenteres og vinkles. Jeg vil under neste punkt skissere det som i medieforskningen kalles *dagsorden- og definisjonsmakt*. Denne teorien om dagsordenmakten har imidlertid de seneste årene blitt ytterligere utviklet, noe som har resultert i begrepene *priming* og *framing*.

1.5.1 Dagsorden- og definisjonsmakt

Mediene bestemmer ikke nødvendigvis *hva* vi skal mene, men de er ofte svært delaktige i å forme hva vi skal mene noe *om*. Denne makten kalles dagsordenmakt. Mediene formidler et virkelighetsbilde, og påvirker følgelig hva som blir betraktet som viktig i samfunnsdebatten. Mediene kan således betegnes som agendasettere.

Begrepet ”agendasetting” brukes om medienes evne til å sette dagsorden i opinionen (Allern 2001: 59). Dette kan være spesielt fremtredende under valgkamper, der usikre

velgere kan la seg påvirke av medienes dagsorden. Denne agendasettingen påvirker således rammene for samfunnsdebatten, ettersom de fleste velgere, til en viss grad, vil hente informasjon om politiske forhold fra nyhetsmediene.

Det var de amerikanske forskerne Maxwell McCombs og Donald Shaw som på begynnelsen av 1970-tallet utviklet teorien om medienes dagsorden- og definisjonsmakt (McCombs & Shaw 1972). De fant ut, gjennom en empirisk valgkampstudie gjennomført i USA i 1968, at den kunnskapen folk flest hadde om en rekke samfunnsforhold ikke var førstehåndskunnskap, men informasjon via mediene. De sammenlignet nyhetsmediers dekning av forskjellige saker under valgkampen med hvilke saker velgerne vektla som de viktigste. Deres konklusjon var da at det er en sterk sammenheng mellom det velgerne oppfattet som viktige tema i valgkampen, og de tema mediene gav oppmerksomhet. Studien viste også at det var spesielt blant usikre velgere, velgere som ikke hadde bestemt seg for hvilket parti de skulle stemme på, at man fant høy korrelasjon mellom velgernes og medienes ”hjertesaker”.

Medienes påvirkning av publikums dagsorden er således grundig dokumentert av forskjellige forskere (McCombs & Shaw 1972; Dearing & Rogers 1996). En annen side ved dagsordenfunksjonen er medienes direkte påvirkning av politikernes dagsorden. I følge Ragnar Waldahl (1999: 214-15) finnes det lite systematisk kunnskap om medienes innflytelse på politikernes dagsorden. Men generelt vet man imidlertid at politikerne ikke kan unnlate å forholde seg til saker som mediene vektlegger, og at mediene i så måte influerer politikernes oppmerksomhet. Dette kan føre til at media lykkes i å få konkrete saker på dagsorden, og samtidig vanskeliggjør politikernes muligheter for gjennomtenkte standpunkter og langsiktig planlegging. Waldahl sier videre at mediene er en viktig informasjonskilde for politikere, og at mediene ikke bare påvirker politikkens innhold, men også de politiske prosessenes forløp. Et resultat av dette, hevder Waldahl, er at mange politikere planlegger sine politiske utspill med utgangspunkt i medienes tidsrytme.

Høyers (1989: 151) tese om mediene som *deltakere* støtter opp under dette synet. I rollen som deltaker omformer mediene uartikulerte ønsker hos publikum til

artikulerte krav overfor myndighetene, ofte tilpasset det offentlige beslutningsapparat. Mediene forsøker å fremme saker for partier og politikere, uten å nødvendigvis ta parti for noen av dem. Høyer (1989: 148) sier videre at man gjennom undersøkelser har drøftet i hvilken grad overvåkende journalistikk og store oppslag påvirker politikere og andre beslutningstakere. Noen ganger tar politikerne presseopinionen til etterretning, andre ganger ikke. Høyer mener likevel at i de fleste tilfellene der media kommer med store oppslag, repliserer politikerne kun kommer med symbolske utspill, uten videre konsekvenser.

Teorien om dagsordenfunksjonen er i utgangspunktet utviklet med tanke på sammenhengen mellom medienes dagsorden på den ene siden, og velgernes reaksjonsmønster på den andre siden. I denne oppgaven derimot, vil jeg avgrense meg i forhold til velgersiden, og således kun fokusere på medias dagsorden. Grunnen til dette er at det er medias politiske aktørrolle som er hovedtema i denne oppgaven. Dette leder således fram til den første problemstillingen som dreier seg om medienes evne til å sette saker på dagsorden.

Første problemstilling:

”Hvilke saksområder, samt hvilke partier og politikere, var det norske medier vektla i sin valgkampdekning i henholdsvis 1969 og 2001? På hvilken måte finnes det likheter og ulikheter i dekningen mediene i mellom, og over tid?”

På hvilken måte har medias rolle som agendasetter endret seg over tid, og hvordan har medienes måte å sette dagsorden på endret seg mellom 1969 og 2001? Det sentrale blir å undersøke på hvilken måte medias rolle som agendasetter har betydning for deres rolle som politiske aktører.

Et viktig stikkord her er *frekvens*; hvilke tema og saksområder får mest spalteplass? Hvilke saker blir omtalt flest ganger, og hvilke partier og politikere er mest fremtredende i medienes spalter? Er omtalen av partiene og partienes frontfigurer likt fordelt etter oppslutning? Denne problemstillingen refererer også til den *ordstyrerrollen* som mediene hevdes å inneha (Høyer 1989). Mediene formidler ikke

bare hva andre har på hjertet, men de velger i stor grad hvem og hva de vil vidererapportere, samt måten dette skal gjøres på. Det dreier seg her om hvilke aktører mediene slipper til, og hva mediene lar stå uimotsagt. Det finnes som sagt lite empiri på dette området, men generelt vet man imidlertid at politikerne er opptatt av hvilke saker mediene har på dagsorden (Waldahl 1999: 215).

Mine *hypoteser*, eller antagelser, i forhold til denne første problemstillingen er tredelt. For det første vil jeg forvente at valgkampens karakter her endret seg i retning av å ha blitt mer personfokustert, og samtidig mindre saksorientert. Med det mener jeg at pressen forventes å ha blitt mer interessert i relasjoner og konflikter mellom, og innad i partiene, heller enn i de politiske sakene.

For det andre vil jeg anta at pressen i dag er mer opptatt av "show" enn av saksinnhold. Mer presist vil det si at pressen i 2001 forventes å ha mer fokus på valgkampen *som sådan*; valgkampens spill og dynamikk, meningsmålinger, diverse valgkamp-arrangementer og politikernes innsats, heller enn på selve politikken, eller innholdet i de politiske sakene. Begge disse to første antagelsene kan sies å bygge på en slags "veddeløps"-logikk, eller *horse-race journalism* som Broh (1980) betegner det, hvor mediene velger å prioritere å dekke partienes oppslutning og politikernes innsats fremfor de politiske sakenes innhold.

For det tredje vil jeg anta at pressen i dag er mer opptatt av å sette sin egen dagsorden, uavhengig av de politiske partiene. Det vil blant annet innebære at medias rolle som agendasetter vil gjennom utvelgelse av saker og egne prioriteringer ha betydning for deres rolle som politisk aktør i valgkampen. Denne hypotesen vil i større grad ha relevans for det andre analysekapittelet, hvor tendensen i materialet vil bli vurdert.

1.5.2 Priming og framing

Teorien om medienes dagsordenmakt handler grovt sett om sammenhengen mellom medienes og publikums vektlegging av aktuelle saker. Dette perspektivet, som

McCombs & Shaw (1972) utviklet, har ved hjelp av senere års forskning blitt ytterligere utvidet.

Begrepet *priming* er hentet fra amerikansk litteratur (Iyengar & Kinder 1987; Waldahl 1999: 218-20), og handler om at medias fokusering på bestemte saker også er viktig for hvilke kriterier og aspekter publikum baserer sine vurderinger av politiske aktører på. Noe av styrken ved å anvende priming-teorien, som en videreføring av teorien om medias dagsordenfunksjon, er at den kan virke som en plausibel, teoretisk modell for hvordan media kan ha innflytelse på hva publikum oppfatter som viktige saker eller hendelser, og hvordan disse preferansene igjen kan påvirke personers politiske holdninger, meninger og reaksjonsmønster (Willnat 1997: 57).

Hvis mediene for eksempel gir en bestemt sak ekstra mye oppmerksomhet framfor andre saker, er sannsynligheten stor for at velgerne gjør det samme, noe som igjen for eksempel kan påvirke velgernes stemmepreferanser. Medienes utvalg av saker er altså med på å gi det vurderingsgrunnlag velgerne baserer seg på når de vurderer diverse saker og politikere. Mediene er med på å bestemme hvilken målestokk de politiske aktørene måles etter (Eide 1991: 28-29).

Priming kan ha to sider. På den ene siden kan det gjelde medienes fokus på generelle *egenskaper* hos f. eks. sentrale politikere. Et eksempel hentet fra Waldahl (1999: 219) er en treffende illustrasjon på dette:

"En politiker som er kjent for sin intellektuelle kapasitet, vil for eksempel stå sterkere i en situasjon der mediene understreker at samfunnsutviklingen krever et politisk lederskap med store og brede kunnskaper, enn i en situasjon der mediene påpeker at den politiske situasjonen krever et smidig lederskap med evne til å forene motstridende interesser. For en politiker som er kjent for sin forhandlingsevne og brede kontakter i ulike politiske kretser, vil forholdet være omvendt."

På den annen side kan *priming* gjelde medienes referanse til konkrete saker. Et eksempel her kan vi hente fra stortingsvalgkampen i 1993 der EU-saken ble viet mye oppmerksomhet. Dette førte til at Senterpartiet fikk mobilisert en betydelig del av

nei-siden, og gjorde sitt beste valg noensinne.² En annen interessant side ved dette er som Martin Eide (1991) hevder, at den evnen mediene har til å legge premisser for samfunnsdebatten, og å forme det grunnlaget som både politikk og politikere bedømmes ut fra, gjelder sannsynligvis i like stor grad overfor politikere som velgere.

Begrepet *framing* viser til hvordan mediene tar opp og behandler de enkelte sakene. Her er sakens *vinkling* det mest sentrale; hvordan blir saken problematisert, hva er inkludert, hva er utelatt, hvordan blir saken fremstilt? Her siktes det særlig til hvilke årsaker som blir fremhevet som viktige, og hvilke løsninger som blir skissert. Dette er et viktig aspekt ved dagens pressesamfunn. Først skal noen saker prioriteres framfor andre, deretter skal den utvalgte saken følge bestemte kriterier. Det er likevel verdt å merke seg at medienes muligheter til å usynliggjøre aspekter i samfunnet er like viktig som deres evne til å belyse utvalgte saksområder. Samtidig evner mediene også å usynliggjøre visse aspekter ved enkelte saker, og samtidig fremheve andre sider ved samme sak. Dette kan ha innvirkning på hvordan publikum oppfatter saken. Et eksempel på dette kan være dekningen av en voldtektssak, der media fokuserer på gjerningsmannens oppvekstvilkår eller mentale helse, istedenfor offeret. Dette kan skape helt andre reaksjoner hos publikum enn hvis det motsatte fokus hadde vært tilfelle.

Salma Ghanem (1997: 3-5) kaller således *framing* for ”det andre dagsorden-nivået.” Det vil altså si at et objekt, eller en sak, har flere egenskaper eller sider. Hvis for eksempel media vektlegger noen utvalgte egenskaper ved en sak, og utelater andre, vil de sannsynligvis kunne påvirke publikums oppfatning av den saken i retning av disse egenskapene. Dette ”andre dagsorden-nivået” bygger således videre på det opprinnelige dagsorden-nivået, men fokuserer på utvalgte aspekter ved en spesiell sak. Det vesentlige er her hvilke deler av saken media vektlegger, og ikke bare hvilke saker som blir vektlagt.

² Senterpartiet fikk en opplutning på 16,7 prosent ved stortingsvalget i 1993. Til sammenligning fikk partiet en oppslutning på 7,9 prosent i 1997, og bare 5,6 prosent i 2001.

Den andre problemstillingen omhandler altså mediens evne til å fokusere på bestemte saksområder i samfunnet, og egenskaper hos bestemte personer, som for eksempel sentrale politikere (priming). I tillegg kan mediene velge å vinkle stoffet på bestemte måter for å nå frem med sitt budskap (framing).

Andre problemstilling:

"I hvilken grad, og på hvilken måte, kan man si at norske medier vinkler og fokuserer sin valgkampdekning i favør av bestemte saksområder, politiske partier og politikere? På hvilken måte har dette endret seg over tid?"

Denne andre problemstillingen går altså på budskapet; dets *retning* og *tendens*. I hvilken grad finnes det forskjeller mellom mediene når det gjelder positiv og negativ omtale av de ulike partiene og politikerne? Videre er det interessant å se på avisenes vinkling av stoffet. Hvilke type saker er prioritert, og hvordan blir de fremstilt? I hvilken grad anbefaler mediene publikum å støtte bestemte partier?

Problemstillingen kan relateres til den *påvirkerrollen* (Høyer 1989) mediene hevdes å ha, ved å definere aktuelle problemstillinger og dernest vinkle saken på sin måte. I tillegg er det selvsagt interessant å se på hvilken måte forskjellene i dekningen, fra 1969 til 2001, kommer til uttrykk i datamaterialet. På hvilken måte kommer mediens meningsinnhold fram i ulike spørsmål, og hvordan har dette endret seg fra 1969 og fram til i dag? Det er også interessant å se forskjellene mellom leder- og kommentarartikler på den ene siden, og vanlige nyhetsartikler på den annen side. Spørsmålene ovenfor henspeiler til begrepene *priming* og *framing*, og det er således interessant å undersøke på hvilken måte disse begrepene er dekkende med hensyn til mitt case.

Hva er så mine *hypoteser* i forhold til denne andre problemstillingen? For det første vil jeg forvente å finne dekning for den "avpartifiseringen"³ som har foregått i

³ Se blant andre Simensen (1999).

perioden fra partipressens tid og fram til i dag. Jeg antar at pressens valgkampdekning har blitt mer uavhengig av de politiske partiene, både når det gjelder vinkling og valgkampfokus. I forlengelsen av dette vil det også være naturlig å anta at kommentar- og lederartiklene i større grad uttrykker avisenes meninger og standpunkter, mens nyhetsartiklene i større grad refererer faktiske opplysninger.

For det andre vil jeg anta at valgkampen i dag har endret seg i retning av å bli mer mediestyrkt, der partiene og politikerne i større grad enn tidligere må rette seg etter medias regi, og hvor valgkampen i media har blitt stadig mer avgjørende for valgets utfall (Bjørklund 1991: 280).

Og sist, men ikke minst, vil jeg anta at medienes politiske aktørrolle er blitt mer selvstendig, og mediene primært er opptatt av å sette sin egen dagsorden uten påtrykk fra de politiske partiene. Mer presist vil det bety at medias rolle har endret seg fra å være en kanal og arena for de politiske partiene til å bli en betydelig selvstendig politisk aktør i valgkampen (Østbye 1997).

1.6 Disposisjon av oppgaven

Jeg vil under dette punktet redegjøre for oppgavens videre gang. Kapittel 2 dreier seg om data og metode. Det er her redegjort for mitt datamateriale og valg av analysemetode. I tillegg er et gjort noen nødvendige avgrensninger med hensyn til datamaterialet og problemstillingene.

I kapittel 3 har jeg tatt et historisk tilbakeblikk, fra og med dannelsen av partipresse-systemet til og med den formelle avviklingen av dette systemet på begynnelsen av 1990-tallet. På slutten av kapittelet er det redegjort kort for avisene i utvalget; Aftenposten, VG og Dagsavisen/Arbeiderbladet.

Det fjerde kapittelet utgjør oppgavens første analysedel, og besvarer oppgavens første problemstilling. Det dreier seg her om en gjennomgang av hvilke saksområder, samt hvilke partier og politikere, som får mest spalteplass i mediene i løpet av

valgkampen. I tillegg vil det bli gjort rede for forskjellene mellom mediene, og utviklingen over tid. Det vil her bli lagt vekt på medienes *dagsordenfunksjon*.

I kapittel 5 vil oppgavens andre problemstilling bli belyst og drøftet. Spørsmålet her er i hvilken grad og på hvilken måte norske medier vinkler sakene i favør av bestemte saksområder og partier. Dette spørsmålet vil bli drøftet i lys av teorien om medienes *priming* og *framing*-funksjoner. Her vil jeg ta for meg to saker fra hver valgkamp, og undersøke disse nærmere. Funnene fra denne analysen vil også danne grunnlaget for en diskusjon vedrørende pressens politiske aktørrolle.

Kapittel 6 oppsummerer hovedfunnene, og forsøker å samle trådene fra analysen. I dette siste kapittelet blir konklusjonene presentert med bakgrunn i datamaterialet. Avslutningskapittelet forsøker også å angi noen pekere for videre studier, samtidig som oppgavens styrker og svakheter vil bli berørt.

2. KAPITTEL: DATA OG METODE

2.1 Innledning

Hovedtemaet i denne oppgaven dreier seg om medias aktørrolle, og hvordan denne rollen har utviklet seg over tid. Dette temaet søkes belyst gjennom oppgavens problemstillinger, som dreier seg om medias dagsorden og vektlegging av politiske saker (frekvens), samt hvordan disse sakene blir presentert og vinklet (retning).

Jeg vil i denne delen redegjøre for mitt data- og kildemateriale, samt redegjøre for valg av analysemetode. Det vil her dreie seg om avgrensninger og begrunnelser med hensyn til bruken av datamaterialet, samt redegjørelse og begrunnelse for valget av innholdsanalyse som analysemetode. I tillegg vil jeg redegjøre for kodingsprosessen generelt, og spesielt for mitt datamateriale. Også reliabilitet og validitet vil bli drøftet.

2.2 Kilde- og datamaterialet

Jeg har hittil omtalt media, og spesielt norske nyhetsmedier, i generelle vendinger. Jeg vil nå snevre inn tema og gå mer spesifikt til verks, og redegjøre for mitt kildemateriale. Jeg vil gjøre en innholdsanalyse av tre avisers dekning av to valgkamper. Mer presist vil det si avisene Aftenposten, Verdens Gang (VG) og Dagsavisen/Arbeiderbladet⁴, og deres dekning av valgkampene i henholdsvis 1969 og 2001.

Det betyr at jeg velger å fokusere på den trykte presse⁵, og samtidig utelukke andre nyhetsmedier som radio, TV og internett. Det er flere årsaker til denne

⁴ Denne avisens tidligere offisielle tittel var Arbeiderbladet. Fra og med 1997 har tittelen vært Dagsavisen. Jeg vil i denne oppgaven bruke tittelen Arbeiderbladet når jeg refererer til 1969, og tilvarende Dagsavisen når valgkampen i 2001 blir omtalt.

⁵ Med den trykte presse menes her nyhetsaviser.

avgrensningen. For det første har begrenset kapasitet, både med hensyn til plass, tid og arbeid, vært en faktor. Ved å inkludere for eksempel TV-mediet, i tillegg til den skrivende pressen, vil antallet involverte aktører bli atskillig større, og desto mer uoversiktlig. Det vil derfor være enklere og mer oversiktlig å bare konsentrere seg om ett medium. I tillegg har papirpressen lettere tilgjengelig datamateriale, spesielt når man inkluderer relativt gamle data. En annen mer betydelig faktor er det faktum at deler av pressen har en fortid som partiaviser, og er i så måte ekstra interessante med tanke på endringer over tid og forskjeller avisene imellom. Et interessant spørsmål her er for eksempel i hvilken grad man kan finne ulike politiske og ideologiske orienteringer, samt ulike verdisyn, i de ulike avisene også i dag. Når det er sagt er det viktig å understreke at det å utelate TV-mediet fra denne oppgaven ikke var noe naturlig og enkelt valg. Fjernsynet er kanskje det mest fremtredende medium, både når det gjelder debatter og nyhetsformidling, under dagens moderne valgkamper. I tillegg er de også en viktig agendasetter for hva avisene er opptatt av. Jeg vil av overnevnte grunner likevel bare konsentrere meg om den trykte presse i denne oppgaven.

I tillegg vil jeg altså avgrense meg til å fokusere på avisene Aftenposten, VG og Dagsavisen/Arbeiderbladet,⁶ og deres valgkampdekning i 1969 og 2001. Aftenposten er valgt på grunn av sin tidligere tilhørighet til Høyre og dens tradisjonelle konservative orientering. I tillegg er det Norges største riksdekkende abonnementsavis hva gjelder leser- og opplagstall. Dagsavisen/Arbeiderbladet er først og fremst valgt på grunn av sin tradisjonelle orientering til venstre i det politiske landskapet. Avisen var tidligere formelt eiet av og knyttet til Arbeiderpartiet. Det er derfor interessant å sammenligne denne avisen med den tidligere konservative avisen Aftenposten. Endelig har jeg valgt ut VG, også med hensyn til at det er Norges største avis hva gjelder leser- og opplagstall, men mest på grunn av deres tradisjonelle, selverklarte partiuavhengighet gjennom hele etterkrigstida. Det er imidlertid viktig å

⁶ For en mer utfyllende beskrivelse av de tre avisene, se kapittel 3.

understreke at dette utvalget ikke er representativt på noen måte, men at det likevel innebefatter Norges største avis (VG), samt de to av de tradisjonelle, tidligere ”partiavisene” i norsk samfunnsliv (Aftenposten og Dagsavisen/Arbeiderbladet). Ved å velge aviser med tidligere ulik partitilhørighet kan man undersøke i hvilken grad dette spiller inn i deres dekning av politiske saker. I tillegg kan man betrakte disse avisene, i kraft av sin tyngde, som premisssettende både for andre aviser og medier generelt, samt politikere og den politiske debatten. Dette gjelder i størst grad for VG og Aftenposten, som er henholdsvis Norges største og mest leste løssalgs- og abonnementsavis. For Dagsavisens del kan man si at selv om denne avisen er mindre og har sin bredeste forankring i Oslo og på østlandsområdet, er den med sin partifortid likevel interessant i forbindelse med denne hovedoppgaven.

Når det gjelder tidsavgrensning, har jeg valgt å basere analysen på de siste fire ukene før valget, både i 1969 og 2001⁷. Dette er naturligvis på grunn av arbeids- og plasshensyn, men også på grunn av at intensiteten og ”temperaturen” i politikken er høyere jo nærmere man kommer valgdagen. Det kan sikkert argumenteres for at de politiske partiene bedriver valgkamp så og si hele året, men valgfokuset i media er definitivt størst i de siste ukene før valget, og dette er således en naturlig avgrensning for mitt vedkommende.

Oppsummeringsvis betyr det at mitt kilde- og datamateriale består av de tre nevnte avisers valgdekning, både på kommentar-/lederplass og nyhetsplass⁸, de siste fire ukene før valget. Dette gjelder for valget både i 1969 og 2001.

⁷ Mer presist vil det gjelde f.o.m 12/8 t.o.m 8/9 i 1969, og f.o.m 14/8 t.o.m 10/9 i 2001.

⁸ Allern (2001: 202) mener den politiske journalistikken kan deles inn i to hovedsjangre, nemlig politiske kommentar-/lederartikler og nyhetsartikler. Kommentarsjangeren skal gi rom for både analyse, tolkninger og verdistandpunkter, og handler per definisjon om meningsproduksjon. Av nyhetsartiklene, på den annen side, forventer vi å få faktiske opplysninger og ulike andre kilders tolkninger og vurderinger.

2.3 Metode

Jeg valgte å bruke innholdsanalyse som fremgangsmåte når jeg skulle behandle mitt datamateriale. Weber (1990: 9) beskriver innholdsanalyse som en forskningsmetode som bruker et sett av prosedyrer for å trekke gyldige slutninger fra en tekst.

I min oppgave har jeg talt og kategorisert alle nyhetsartikler, så vel som alle leder- og kommentarartikler, som kan regnes som relevante i forbindelse med valget i de tre avisene, de siste fire ukene før valget. Det betyr at jeg har utelatt notiser (artikler som inneholder mindre enn 150 ord) samt leserinnlegg og kommentar-/debattartikler som ikke er skrevet av avisenes egen redaksjon.⁹ I tillegg har jeg valgt å definere bort artikler som dreier seg om evalueringer av TV-debatter.¹⁰ Dette gjelder i mitt tilfelle avisene Aftenposten, VG og Dagsavisen/Arbeiderbladet, og deres dekning av valgkampen både i 1969 og 2001. Innsamlingen av data har foregått ved at jeg har benyttet mikrofilm for å samle inn og systematisere avisartiklene fra 1969, mens jeg har benyttet papirutgavene fra 2001 for det samme formål. Dette innebærer at det er en stor mengde tekst som er analysert, og innholdsanalyse som metode egner seg dermed bra for å systematisere et såpass stort materiale.

2.3.1 Kvantitative versus kvalitative teknikker

Formålet med innholdsanalyse er å avdekke hvilke holdninger, argumenter og standpunkter som kommer til uttrykk i et tekstmateriale (Holsti 1969). Det finnes flere former for innholdsanalyse. Et hovedskille settes imidlertid ofte mellom kvantitative og kvalitative teknikker.

I *kvantitative analyser* måler man hvor ofte et ord, et symbol eller en setning av en spesiell kategori forekommer i det tekstmaterialet man undersøker. Kvantifiseringen

⁹ Jeg har også valgt å ta med de aktuelle valgkommentarene til Hallvard Bakke i Dagsavisen og Kåre Valebrokk i Aftenposten i 2001, da disse kan regnes som faste spaltister i de respektive avisene.

¹⁰ Dette gjelder i størst grad for 2001-valgkampen, ettersom det i 1969 var færre slike evalueringer.

av teksten kan gjøre statistisk analyse og testing av hypoteser mulig på grunnlag av tekstmaterialet. Dette betyr at de slutninger og konklusjoner som trekkes på grunnlag av innholdsdata har sin bakgrunn i denne kvantifiseringen. Man kan altså si at kvantitative analyser er preget av en problemstilling som søker statistiske generaliseringer, og der forskningsdesignet er strukturert, og forholdet til kilden er preget av avstand og selektivitet (Grønmo 1982: 98).

I *kvalitative analyser* vektlegger man selve innholdet og meningen i teksten. Dette står således i kontrast til kvantitative analyser der man på sin side vektlegger hvor ofte et ord eller uttrykk forekommer i en tekst. En kvalitativ analyse vil derfor ha større muligheter til å fange opp sider eller egenskaper ved teksten som vanskelig lar seg måle kvantitativt. Grønmo (1982: 99) peker på at kvalitative analyser ofte dreier seg om å registrere sammenhenger og argumentasjoner, samt å avdekke hvilke standpunkter, holdninger og verdier som står sentralt i det tekstmaterialet man undersøker.

Jeg vil i min oppgave kombinere kvalitative og kvantitative analyseteknikker. Det kvantitative aspektet i oppgaven vil være å telle og kategorisere alle nyhets- og kommentar-/lederartiklene i forbindelse med de to valgkampene. Det betyr at jeg får en fullstendig oversikt over hvilke tema, partier og politikere som er nevnt og får mest spalteplass i de ulike avisene. Dette gir muligheter for sammenligning mellom avisene og mellom valgene. Den kvalitative delen går ut på at jeg velger ut enkelte artikler som jeg analyserer kvalitativt. Ved å trekke fram eksempler har jeg muligheten til å illustrere ulike aspekter i forhold til den andre problemstillingen; på hvilken måte er det forskjeller i deknningen mellom avisene, på den ene siden, og mellom valgene, på den andre siden? Finnes det tendenser til politiske føringer i fremstillingen hos de ulike avisene?

Grønmo (1982) fremhever nettopp denne kombinasjonen mellom de to teknikker som svært fruktbar i forbindelse med innholdsanalyse. Han hevder at denne type metodetriangulering kan være hensiktsmessig på den måten at den ene tilnærmingens svakheter langt på vei kan oppveies av den andre tilnærmingens styrker. Denne

metodetrianguleringen kan sies å gjøre seg gjeldende i min oppgave ettersom jeg ikke bare er opptatt av frekvensen av tema, ord og uttrykk i tekstmaterialet, men også retningen og fremstillingsformen på budskapet.

2.3.2 Koding, kategorier og enheter

Weber (1990: 42) skiller mellom tre utvalgspopulasjoner av tekst i en innholdsanalyse; det være seg kommunikasjonskilder, dokumenter og tekst i dokumenter.¹¹ Eksempler på *kommunikasjonskilder* er aviser, magasiner og bøker. I mitt tilfelle er det aviser som blir analysert. Når det gjelder *dokumentene* siktes det til hvilke utgaver som blir analysert. For mitt vedkommende dreier det seg om samtlige dagsutgaver av de tre nevnte avisene, de siste fire ukene før valget i henholdsvis 1969 og 2001. *Tekstdokumentene* viser til hvilke artikler i de aktuelle utgavene som blir analysert. I min oppgave gjelder det nyhets- og kommentar/lederartikler som berører valgene i de aktuelle periodene.

Når det gjelder kodingen av innholdsdataene er det viktig at denne prosessen følger bestemte prosedyrer. Første bud når man skal gjennomføre en innholdsanalyse er å lage et kodeapparat. Et slikt kodeapparat består av enheter, kategorier og instruks for hvordan kodingen skal forløpe (Holsti 1969).

Første steg i kodingsprosessen er å definere *enhetene* i analysen. Man skiller således vanligvis mellom analyseenhet, tekstenhet og kontekstenhet. *Analyseenheten* betegner selve kilden i analysen. For mitt vedkommende dreier det seg om kommentar-/lederartikler, samt nyhetsartikler.¹²

Tekstenheten betegner den delen av teksten i et dokument som avgrenses av en kategori. Tekstenheten kan således variere fra et enkeltord, en setning eller et avsnitt,

¹¹ Webers termer er *communication sources*, *documents* og *text within documents* (Weber 1990: 42).

¹² Nærmere bestemt dreier det seg om alle leder- og kommentarartikler skrevet av avisenes egne journalister og kommentatorer, samt alle nyhetsartikler som avisene selv har definert som valgstoff.

til et helt dokument, som referer til den gitte problemstillingen. I min analyse vil utsagn som referer til *politiske saksfelt/tema, partier og politikere* være en tekstenhet. Samme setning kan i prinsippet inneholde flere utsagn, alt etter hvor mange tema setningen refererer til (Aardal 1979). I mitt tilfelle dreier det seg om å kategorisere artiklene etter hvilket eller hvilke tema som blir tatt opp i den bestemte artikkelen, samt å identifisere hvilke politikere og partier som blir nevnt i hver artikkel. Artiklene som er valgt ut er altså klassifisert etter hvilket saksfelt eller tema den bestemte artikkelen dreier seg om. Et problem som lett kan oppstå ved en slik klassifisering er at det noen ganger er flere enn ett saksfelt som blir omtalt i en og samme artikkel. Min løsning på dette har vært å identifisere det, eller de, saksfelt som har vært sentrale i artikkelen. Det betyr i praksis at antallet saksregistreringer er høyere enn antallet artikler. *Kontekstenheten* angir den delen av teksten som må leses gjennom før man kan klassifisere en tekstenhets bestemte kategori. En kontekstenhet kan for eksempel være en setning, et avsnitt, en artikkel eller en hel avis. I mitt tilfelle har det vært aktuelt å lese gjennom en artikkel for å definere tekstenhetens kategori.

Det neste steget i kodingsprosessen er å definere de ulike *kategoriene* som teksten skal kodes i. Inndelingen i kategorier skal nødvendigvis reflektere oppgavens problemstilling. Mine problemstillinger omhandler dels avisenes dagsorden, og dels i hvilken grad mediene har bestemte oppfatninger/meninger/standpunkter omkring politiske saker. Dette er spørsmål jeg ønsker å få svar på for å i neste omgang drøfte medienes politiske aktørrolle. Mine kategorier i undersøkelsen vil da være politiske *saksfelt*, samt hvilke *partier* og *politikere*, som mediene tar opp og dekker i valgkampen. Kategoriene skal helst oppfylle krav som uttømmende, uavhengige og gjensidig utelukkende¹³ (Holsti 1969 : 95). Når jeg skulle velge ut kategoriene til min innholdsanalyse valgte jeg å lese gjennom avisartiklene først en gang bare for å få et førsteinntrykk av hvilke politiske saker som avisene interesserte seg mest for.

¹³ Kravet til uttømmende kategorier tilsier at alle tekstenheter skal kunne plasseres i en av kategoriene. Uavhengighetskravet betyr at koding av en tekstenhet i en kategori ikke skal legge føringer på kodinger av andre tekstenheter. Til slutt sier kravet om gjensidig utelukkelse at kategoriene skal være så nøye definert at ingen tekstenhet kan plasseres i flere kategorier enn én.

Deretter leste jeg artiklene enda en gang, og kodet samtidig artiklene etter hvilke politiske saksfelt, partier og politikere som var nevnt i hver artikkel. I tillegg registrerte jeg dato og medienavn, samt hvilken type artikkel som ble kodet (nyhetsartikkel, lederartikkel eller kommentarartikkel).

Det er alltid problematisk å definere kategorier etter hvor smale eller brede de skal være (Flåtten 2000: 38). Hvis man velger for få kategorier kan disse, på den ene side, bli litt for brede, og således kan viktige nyanser gå tapt. På den annen side kan for mange kategorier være problematisk i forhold til den statistiske analysen, ved at frekvensene i hver kategori blir for lave.

For valgkampen 1969 er følgende kategorier valgt ut:

1. Valgkampen *per se*
2. Spørsmålet om regjeringsmakten
3. Skatter og avgifter
4. Skole, utdanning og forskning
5. Spørsmål i forbindelse med folketrygden
6. Kulturpolitikk
7. Barne- og familiepolitikk
8. Helse- og sosialpolitikk
9. Moralske spørsmål
10. Utenriks, - sikkerhets og forsvarspolitik
11. Boligpolitikk
12. Spørsmål om internasjonalt økonomisk samarbeid
13. Miljø- og naturvern
14. Sysselsetting
15. Økonomiske spørsmål
16. Distriktspolitikk, fiskeri og landbruk
17. Samferdsel
18. Annet

Noen av kategoriene er bredere eller smalere enn andre. Noen kategorier bærer preg av å være såkalte samle kategorier, som for eksempel *moralske spørsmål*. Innenfor denne kategorien er det *abort-saken* som dominerer stort, men også andre spørsmål som alkohol og narkotika hører inn under denne kategorien. Andre samle kategorier er for eksempel *økonomiske spørsmål* der lønnspolitikk, prisregulering og statsbudsjett hører inn under. Av de smalere kategoriene valgte jeg å skille ut *skatter og avgifter* som en egen kategori. Grunnen til det er at dette saksfeltet, i tillegg til å være en mye

fokusert sak, også var en viktig ideologisk sak for både partiene og avisene på den tiden.

For valgkampen 2001 ble til slutt følgende 20 kategorier valgt ut:

1. Valgkampen *per se*
2. Spørsmålet om regjeringsmakten
3. Skatter og avgifter
4. Skole, utdanning og forskning
5. Sykelønn
6. Kulturpolitikk
7. Barne- og familiepolitikk
8. Helse- og sosialpolitikk
9. Moral/etikk/verdispørsmål og kirkepolitikk
10. Utenriks, -sikkerhets- og forsvarspolitik
11. Boligpolitikk
12. Spørsmål vedrørende EU og EØS
13. Miljø og naturvern
14. Sysselsetting og spørsmål om arbeidstid
15. Økonomiske spørsmål
16. Distriktpolitikk, fiskeri og landbruk
17. Kriminalitet
18. Spørsmål vedrørende det offentlige byråkrati
19. Asyl- og innvandringspolitikk
20. Annet

Når det gjelder valgkampen 2001 valgte jeg for eksempel å skille ut *sykelønn* som en egen kategori. Grunnen til det var at dette temaet var et av de viktigste politiske stridsspørsmålene i denne valgkampen, der blant annet Arbeiderpartiet spilte en viktig rolle. Denne saken vil bli gjenstand for diskusjon i analysen. Øvrige helserelaterte saker havner derfor i samlekategorien *helse- og sosialpolitikk*. Et annet eksempel som jeg av samme grunn valgte å skille ut som egen kategori var *skatter og avgifter*. Øvrige økonomirelaterte saker faller inn under kategorien *økonomiske spørsmål*.

2.3.3 Manifest versus latent innhold

Et problem som ofte oppstår når man skal kode et tekstmateriale, er spørsmålet om manifest versus latent innhold (Holsti 1969: 12). Med det *manifeste innholdet* menes den åpenbare meningen som ligger i et uttrykk eller i en tekst. Med tekstens *latente innhold* menes den underliggende mening, eller den delen av teksten som baseres på

forskerens egen tolkning av budskapet. På den ene side, hvis man har med en kvantitativ tilnærming å gjøre, ville det naturlige være å konsentrere seg om det manifeste innholdet i teksten. På den annen side, hvis man som i mitt tilfelle også baserer seg på en kvalitativ tilnærming, kan det være hensiktsmessig å inkludere tekstens latente innhold. Det vil være naturlig for mitt vedkommende ettersom jeg også ønsker, i noen tilfeller, å registrere retning og tendens i datamaterialet.

2.3.4 Reliabilitet og validitet

Reliabilitet betegner målingens pålitelighet. Reliabiliteten avhenger således av at de måleinstrumenter man benytter er nøyaktige og dermed pålitelige. Kravet om høy reliabilitet tilsier at et gitt måleinstrument ved gjentatte målinger av det samme datamaterialet skal gi de samme resultatene (Holsti 1969: 135). Det betyr at innsamlingen og registreringen av data må foregå på en nøyaktig og presis måte for å oppnå høy reliabilitet.

Weber (1990: 17) nevner tre krav som bør oppfylles for å kontrollere reliabiliteten; stabilitet, reproduserbarhet og presisjon.¹⁴ Kravet om *stabilitet* i en innholdsanalyse betyr at man nødvendigvis skal oppnå samme resultat dersom tekstmaterialet kodes flere ganger av samme forsker. Dette kalles også en test av intra-subjektiviteten. *Reproduserbarhet* refererer til de tilfeller der det samme datamaterialet kodes flere ganger av forskjellige personer/forskere, og man oppnår samme resultat. Dette blir en test av inter-subjektiviteten. Dette kravet kan sies å være viktig i den forstand at det gir et uttrykk for om de samme oppfatningene og tolkningene av et datamateriale deles av flere personer. Når det gjelder kravet om *presisjon*, hevder Weber at dette er den strengeste form for reliabilitet. Presisjon (i forhold til en norm) innebærer at man tester om en gjennomført koding stemmer overens med etablert standardkoding. Dette kravet blir sjelden innfridd, ettersom det sjelden er opprettet standardkodinger for tekster.

¹⁴ Webers engelske termer er *stability*, *reproducibility* og *accuracy*.

Validiteten betegner datamaterialets relevans for problemstillingen. Mer presist vil det si at validiteten i en undersøkelse avhenger av forholdet mellom den teoretiske problemstillingen man ønsker å belyse, og det empiriske materialet man har valgt ut til dette formålet. Det betyr altså at hvis man ønsker å oppnå en høy grad av validitet kreves det at datamaterialet man bruker virkelig måler det teoretiske fenomen man er opptatt av.

3. KAPITTEL: FRA POLITISK AVHENGIGHET TIL SELVSTENDIG UAVHENGIGHET – NORSKE MEDIERS HISTORIE

3.1 Innledning

Før jeg beveger meg videre til selve diskusjonen kan det være hensiktsmessig med et historisk tilbakeblikk, fra og med dannelsen av partipressen og fremveksten av de politiske partiene på 1880-tallet, frem til og med den formelle avviklingen av partipressesystemet. Denne gjennomgangen kan være nyttig å ha som et bakteppe når man studerer selve diskusjonen omkring pressen som politiske aktører. Mot slutten av kapittelet blir det gitt en kort beskrivelse av de tre avisene i utvalget; Aftenposten, Dagsavisen/Arbeiderbladet og VG.

I løpet av de siste 20-30 årene har utviklingen innen massemedia endret forholdet mellom media og politikk (Østbye 1997: 215). Medias politiske rolle har gått fra å være en passiv, partiavhengig kanal, til å bli en uavhengig arena. Flere aktører har kommet på banen og blitt mer synlige, inkludert media selv. Men hvordan oppstod egentlig partipressen?

3.2 Etableringen av partipressen

Svennik Høyer (1995: 265) mener man kan betrakte dannelsen av partipressen i Norge som en prosess drevet av idealisme og ekte engasjement for folkestyrets framtid på den ene siden, og til forsvar av tradisjonelle verdier på den annen side.

Denne tosidige prosessen bunner i en strid mellom Storting og Regjering som dreide seg om statsrådenes adgang til Stortinget. Regjeringen og Stortinget var fram til 1884 to helt adskilte statsmakter. Bakgrunnen for ønsket om å gi statsrådene adgang til stortingssalen var at da kunne statsrådene møte til direkte forhandlinger med

stortingsrepresentantene. Fram til man fikk årlige storting i 1869 var det først og fremst Regjeringen som fremmet dette ønsket. Etter det innså Stortinget at hvis dette ble gjennomført, var det gode muligheter for å detaljstyre både bevilgninger og statsråder, og støttet derfor grunnlovsforslaget. I de neste fire storting fikk derfor dette forslaget om statsrådenes adgang grunnlovsmessig flertall, men alle gangene la Kongen ned veto. Den konservative pressen så på Kongens vetorett som en garanti for å beholde den bestående maktfordelingen. Venstrepressen ønsket endringer, og agiterte derfor for at forslaget skulle bli gjennomført. Etter at Kongen hadde nedlagt veto for tredje gang, erklærte Stortinget i 1880 at loven om statsrådenes adgang var gjeldende grunnlov. Stortinget anså dermed at Kongen bare hadde utsettende veto. Regjering og Storting var nå på kollisjonskurs. Det hele endte med riksrettssak, der statsminister Selmer ble fradømt sitt embete i 1884. Johan Sverdrup fra Venstre ble ny statsminister, og parlamentarismen var et faktum. Aftenposten kalte dommen et justismord, mens Dagbladet applauderte utfallet (Høyen 1995: 267).

Denne striden mellom Stortinget på den ene siden, og Kongen og Regjeringen på den andre siden, la grunnlaget for dannelsen av partipressen, samt de politiske partiene slik de vokste frem etter 1884. Avisene var på begynnelsen av 1880-årene imidlertid ikke organisert som partipresse. Det var sympatiserende og opponerende aviser, samt et stort antall aviser som vinglet mellom standpunktene. Sverdrup (1995: 294) skriver:

”Før riksrettsdommen over statsminister Christian August Selmer ligger en utstrakt og delvis latent konflikt med tydelige sosiale årsaker og kulturelle utslag. I slutfasen, der kampen sto om folkemeningen, spilte et tiltakende antall konkurrerende aviser en sentral rolle som agitator for stridens parter. Etter dommen kommer de politiske partiene som et regulært innslag i vårt politiske system.”

Fremveksten av partipressen kan altså forklares med mangel på partiforeninger utover landet, og på grunn av dette kunne avisene tjene som politiske kanaler (Høyen 1995: 271). Avisene var imidlertid i stor grad bundet av sitt publikum. De eldre avisene hadde spesialisert seg på høystatusgruppene for å overleve. I 1884 hadde disse avisene sannsynligvis et konservativt publikum (Høyen 1995: 291). De yngre avisene

måtte søke nye lesere i det ekspanderende småborgerskapet, blant bønder og håndverkere. Heller ikke avisenes valg av parti var helt åpenbart. Stemmene fra Høyre og Venstre hadde sine sosiale og regionale høydepunkter. Mens Venstre sanket flest stemmer på Sør- og Vestlandet, hadde Høyre sitt tyngdepunkt på Østlandet. Man kan således anta en nær sammenheng mellom avisenes partiengasjement og de dominerende partisympatiene blant deres lesere. Høyser sier videre at, etter hva vi vet om hvordan sosiale grupper fordelte seg politisk i 1880-årene, er det grunn til å anta at de eldre avisene i 1885 støttet Høyre, og at de yngre avisene støttet Venstre (ibid.).

3.3 Partipressen formaliseres

Etter hvert som pressen i Norge ble mer politisert, fikk også de politiske presseforeningene se dagens lys. *Den Konservative Presses Forening (DKPF)* ble stiftet i 1892. Formålet var å hevde den konservative presses betydning, særlig overfor Høyre (Høyser 1995: 300). Bakgrunnen for at avisene ville knytte seg til Høyre var misnøye med partiledelsen og stortingsgruppen. DKPF ble formelt godtatt som en del av partiet, men fikk likevel en selvstendig status. *Venstres Presseforening* ble dannet i 1894, og etter hvert som de øvrige partiene vokste fram fikk disse også sine presseforeninger. Man fikk blant annet *Norges sosialdemokratiske Presseforening* i 1909. Denne foreningen ble i 1922 imidlertid splittet, sammen med Arbeiderpartiet, i henholdsvis *Norges Kommunistiske Presseforening* og *Det sosialdemokratiske partis Presseforening*.

Jeg vil i de neste avsnitt gi et kort riss av henholdsvis Høyre- og Arbeiderpartipressen slik de vokste fram etter 1884.

3.3.1 Høyrepressen

Høyre hadde en tallrik partipresse som periodevis erstattet deler av partiorganisasjonen (Høyser 1995: 330). Partipressen var imidlertid ikke alltid like

lojal, og noen sikker lojalitetsgaranti fikk man ikke uten å ta i bruk økonomiske maktmidler. Det fantes likevel andre virkemidler, som for eksempel å gi redaktøren lønnsøkning.

Når det gjelder eierforholdene i høyrepressen så var de uklare. Bare noen få høyreaviser var direkte eid av partiet Høyre. Likevel hadde partiet en god direkte kontroll på sine redaktører. Grunnen til dette var at gjennom oppkjøp av blant annet aksjer og som kreditor kunne partiet kontrollere den viktige marginen mellom regnskapsmessig balanse og mulig nedleggelse (ibid.). Dette samarbeidet kunne for øvrig både partiet og avisene dra gjensidig nytte av. Johan E. Holand (1992: 72) skriver at noe av det mest sentrale for både partiet og pressen var å få fram Høyres partiprogram. Det gjaldt å fokusere på de konservative verdier i saker som rettsamfunnet, det kristne kulturgrunnlag, et sterkt forsvar, det private initiativ, og det personlige og sosiale ansvar. Høyre syntes å tro at det var en direkte sammenheng mellom partipressens utbredelse og partiets framgang (Danielsen 1979; Høyer 1995: 337).

Samhandlingen mellom partiet og pressen var gjensidig også på flere plan. Pressefolkene deltok aktivt i partiarbeidet på alle nivåer. I mellomkrigstiden, for eksempel, representerte nesten alle høyreredaktører partiet i kommunalpolitikken. Også journalistene ble aktivisert, om enn i mindre grad (Høyer 1995: 336). Den klart mest dominerende høyreavis etter 2. verdenskrig har vært Aftenposten. Simensen (1999: 57) skriver at i de perioder hvor Høyre satt med regjeringsmakten var Aftenposten for et regjeringsorgan å regne. Det var ikke bare lederspaltene som uttrykte Høyre-mener, men også den øvrige journalistikken hadde en sterk Høyre-profil (ibid.). Partiene hadde i så henseende makt over avisene, og omvendt. Mange journalister og redaktører tilhørte således partiets elite, samtidig som partiavisene hadde stemmerett på Høyres landsmøte. I tillegg hadde redaktørene i høyrepressen observatørstatus i sentralstyret.

3.3.2 Arbeiderpartipressen

Arbeiderpressen fikk en trangere fødsel enn høyre- og venstrepressen. Mens de sistnevnte hadde sitt utspring i grupperinger i Stortinget, kunne Arbeiderpartiet verken støtte seg til den eksisterende pressen eller andre institusjoner (Høyer 1995: 346). Mye av partiarbeidet etter stiftelsen av Arbeiderpartiet i 1887 dreide seg om å bygge opp en slagkraftig arbeiderpresse. Oppbyggingen av en egen partipresse ble sett på som en av de aller viktigste oppgavene for partiorganisasjonen (Simensen 1999: 34). Uten et agitasjonsapparat var det ikke noe poeng i å stille egne lister. Etableringen av arbeiderpressen ble dermed en integrert del av det politiske arbeidet. Det var imidlertid først femti år etter dette at arbeiderpressen fikk sitt opplagsmessige gjennombrudd.

I begynnelsen var manglende kontrollmidler samt partiets begrensede økonomi et hinder for å forfølge en konsekvent politisk strategi i oppbyggingen av arbeiderpressen (Høyer 1995: 351). I 1918 fikk imidlertid Arbeiderpartiet ny partiledelse, med blant andre Martin Tranmæl som ny partisekretær. Den største arbeiderpartiavisen Social-Demokraten hadde da et opplag på 40 000, samt en god økonomi. Partiet kjøpte alle aksjene i avisen, og hadde full kontroll (Høyer 1995: 356). Årene 1921-23 ble imidlertid en periode preget av splittelse, både i partiet og pressen. I 1921 brøt partiets moderate fraksjon ut og dannet Norges sosialdemokratiske Arbeiderparti. Den radikale fløyen dannet Norges Kommunistiske Parti (NKP) i 1923, mens Tranmæl og hans gruppe ble stående tilbake i sentrum (ibid.). Partisplittelsen var et hardt slag for arbeiderpressen. Arbeiderpartiet mistet noen av sine mest populære journalister og aviser. NKP overtok 11 av Arbeiderpartiets aviser, men klarte ikke å ta hovedorganet Social-Demokraten, nå kalt Arbeiderbladet. Partiet ble samlet igjen i 1927, og i årene som fulgte utviklet avisen seg til å bli en opplagsmessig og økonomisk suksess.

Sammenbindingen mellom parti og presse stod veldig sterkt i Arbeiderpartiet. Arbeiderpressen var selve symbolet og definisjonen på en partipresse – aviser som var styrt og drevet med en klar politisk hensikt. Også organisasjonsmessig var

pressen nært knyttet til partiet gjennom personlige og formelle bånd. Martin Tranmæl er et eksempel på dette. Han var, gjennom sin rolle som partisekretær, en svært sentral skikkelse i utformingen av Arbeiderpartiets politikk. Samtidig gjorde han seg svært bemerket i partipressen som både kommentator og redaktør i Arbeiderbladet. Et annet eksempel på partiets kontroll over pressen er at Arbeiderbladets redaktør gjennom det meste av avisens historie ble valgt på partiets landsmøte, eller ble oppnevnt av sentralstyret der partiet sentralt sto som eier og hadde formell rett til å kontrollere at avisen holdt seg til partiets program og taktikk (Høyer 1995: 373). Det er imidlertid viktig å understreke at det ikke utelukkende handler om en ensidig påvirkning fra partiet til pressen, men også fra pressen til partiet. Det vil si at forholdet kan karakteriseres som et bytteforhold.

3.3.3 Oppsummering

Helt fra partienes, og partipressens, begynnelse på 1880-tallet var avisene rettet mot partiene selv og deres velgere. Avisstrukturen som utviklet seg mellom 1880 og 1925 var slik at alle store partier i Norge hadde sin egen avis (Østbye 1997: 217). De konservative og liberale partiene maktet å bygge opp en solid presse på begynnelsen av 1900-tallet (Høyer 1982: 151). Til sammen kontrollerte de 100 av de 150 avisene i Norge, mot Arbeiderpartiets fire aviser. På tross av en liten nedgang, beholdt den konservative og liberale pressen sin dominerende posisjon i 1950- og 60-årene. Samtidig er det viktig å huske på at Arbeiderpartiet var det klart største partiet i den samme perioden.

I dag er situasjonen annerledes. Partipresse-systemet er avviklet, og de formelle båndene mellom parti og avis er brutt. Pressen er blitt selvstendige og profesjonaliserte, sies det. Dette kan være nyttig å ha i bakhodet før jeg går i gang med selve diskusjonen omkring medienes rolle i valgkampen, og dens utvikling over tid. Til slutt henter jeg fram et sitat fra Svennik Høy (1995: 388):

”I dag kan man hevde at mediene er i ferd med å bli så politisk selvstendige og effektive i sin formidling at de erstatter organisasjonene som mellomledd, og utfordrer staten direkte.”

3.4 Kort beskrivelse av avisene i utvalget

Her følger en nærmere beskrivelse av de avisene jeg har valgt å innholdsanalysere – Aftenposten, Dagsavisen/Arbeiderbladet og Verden Gang. Beskrivelsene er korte, med historiske blikk på avisenes utvikling fra og med deres stiftelse, til og med i dag.

3.4.1 Aftenposten

Avisen ble grunnlagt i 1860 av boktrykker Christian Schibsted, under navnet *Christiania Adresseavis*. Avisen skiftet året etter navn til *Aftenposten*. Selv om avisen i begynnelsen var ideologisk uavhengig, fikk den fra slutten av 1880-tallet en konservativ profil.¹⁵ Avisen startet, som navnet tilsier, med aftenutgivelse. I den lokale konkurransen kom Aftenposten fra 1885 ut med morgenutgave i tillegg. Avisen fikk sitt store oppsving under redaktør Amandus Schibsted som virket i perioden fra 1879 til 1913. I dette tidsrommet ble avisen et ledende annonseorgan, som igjen skapte et solid økonomisk fundament. Veksten fortsatte gjennom mellomkrigsårene og under og etter 2. verdenskrig.¹⁶

Aftenposten har historisk sett hatt sterke bånd til partiet Høyre. Høyrepressen, og da særlig Aftenposten, var et viktig virkemiddel for å informere befolkningen om Høyres politikk. Selv om eierstrukturen i avisen tradisjonelt har vært litt uoversiktlig, så er det ingen tvil om at partiet Høyre i varierende grad kontrollerte redaktørene under partipressens tid (Høyer 1995: 330). Aftenposten var fram til 1989 et privateid selskap. 1. januar ble Aftenposten AS dannet. Selskapet er et heleid datterselskap av Schibsted ASA, som ble børsnotert i 1992.

Morgenutgaven kommer i dag ut samtlige syv ukedager, for aftenutgaven gjelder det mandag til fredag. I følge Aftenpostens egne tall,¹⁷ er Aftenposten den største

¹⁵ Kilde: www.storenorskeleksikon.no

¹⁶ Kilde: www.storenorskeleksikon.no

¹⁷ www.dka.no/aftenposten

abonnementsavisen og den tredje største løssalgsavisen, og leses hver dag av ca. 800 000 mennesker. Avisen har i dag et opplag på ca. 275 000 for morgenutgaven og ca. 175 000 for aftenutgaven.¹⁸

3.4.2 Dagsavisen/Arbeiderbladet

Avisen ble grunnlagt av boktrykker Christian Holtermann Knudsen i 1884,¹⁹ som et eget organ for fagforeningene i Kristiania. Den første utgaven hadde navnet *Vort arbeide*, et navn avisen bar fram til 1885. Avisens navn ble da endret til *Social-Demokraten*. Holtermann Knudsen var i 1880-årene sentral i oppbyggingen av den sosialdemokratiske arbeiderbevegelsen i Kristiania (Bull 1985: 485). Han kan dermed sies å ha vært en sentral skikkelse i etableringen av både arbeiderbevegelsen og arbeiderpressen i Norge. I 1894 ble avisen overtatt av Arbeiderpartiet, og ble da også partiets hovedorgan. Etter at Arbeiderpartiet i 1919 hadde sluttet seg til Den kommunistiske internasjonale, ble navnet i 1923 igjen forandret til *Arbeiderbladet*.

Avisen beholdt tittelen Arbeiderbladet helt fram til 1997, da det ble endret til dagens tittel *Dagsavisen*.²⁰ Avisen har altså sin opprinnelse i partipressen og var sterkt knyttet til Arbeiderpartiet, noe som også avisens tidligere navn tilsier. Dette bildet kan ytterligere illustreres med det faktum at avisens sjefredaktører fra 1921 da Martin Tranmæl tiltrådte som redaktør og helt fram til 1975 ble valgt på Arbeiderpartiets landsmøte. Tranmæl gikk av som partisekretær i Arbeiderpartiet til fordel for redaktørstolen i Arbeiderbladet. Han mente at pressens rolle var avgjørende, og at posisjonen som redaktør således gav ham makt til å fremme sin og partiets politiske linje (Bjørnsen 1986; Høyer 1995: 356).

¹⁸ Kilde: storenorskeleksikon.no (tall fra 2000).

¹⁹ Informasjonen om avisens historie, der ikke annet er referert, er hentet fra nettsiden www.dagsavisen.no/om/historie/

²⁰ Avisen beholdt tittelen Dagsavisen Arbeiderbladet fram til august 1998, da tittelen Arbeiderbladet ble fjernet fra logoen. Avisen har siden båret navnet Dagsavisen.

Når det gjelder eierforholdene, så var det Arbeiderpartiet som stort sett eide avisen fra 1894 og fram til mars 1991. Da ble avisen overtatt av konsernet Norsk Arbeiderpresse AS, nå kalt A-pressen ASA. 1. januar 1999 brøt imidlertid Dagsavisen med A-pressen, og avisen samt tilhørende aksjer ble overdratt til stiftelsen Dagsavisen. Avisen ble da en formelt uavhengig avis, og utkommer i dag sju dager i uken. Avisen har i dag et opplag på ca. 40 000²¹.

3.4.3 Verdens Gang

Den moderne Verdens Gang er en annen avis enn den Verdens Gang som begynte å utkomme i 1868, og som ble overtatt av Tidens Tegn i 1923 (Eide 1998: 14). Det moderne VGs tilblivelseshistorie startet under 2. verdenskrig ut som et forsøk på å gjenreise Tidens Tegn, som hadde gått inn i 1941. VG ble stiftet 7. mai 1945, med bidrag fra Pressefondet²². Bidragsyterne fraskrev seg enhver økonomisk interesse i avisen og enhver innflytelse på dens ledelse. I 1953 ble det dannet et aksjeselskap som økonomisk bakgrunn for avisen.

Avisens ideologiske fundament bar preg av frigjøringsdagens typiske samarbeidsmentalitet (Eide 1998: 15). Datidens redaktør Chr. A.R. Christensen hevdet at den nye avisen skulle bli ”en avis av en ny art, uavhengig av aksjonærer, av politiske partier og andre organisasjoner”. Avisens politikk skulle være ”ledet av saklige hensyn”. Selv om avisen etter hvert ble et AS, så har den formelt sett alltid vært partiuavhengig, og skiller seg dermed fra de tidligere partiavisene Aftenposten og Arbeiderbladet.

Avisen, som i 1966 ble en del av Schibsted-gruppen, opplevde i løpet av 1960-tallet en kolossal opplagsvekst, og passerte i 1981 Aftenposten som Norges største avis.

²¹ Kilde: www.storenorskeleksikon.no (tall fra 1999).

²² Kilde: www.storenorskeleksikon.no

VG er i dag landets største løssalgsavis, og har størst opplag av samtlige norske aviser²³.

²³ Opplag i 2000: 375 983, lørdager: 473 570, søndager: 313 261. Kilde: www.storenorskeleksikon.no.

4. KAPITTEL: MEDIA SOM AGENDASETTER

4.1 Innledning

Dette kapittelet har som siktemål å besvare oppgavens første problemstilling: *"Hvilke saksområder, samt hvilke partier og politikere, var det norske medier vektla i sin valgkampdekning i henholdsvis 1969 og 2001? På hvilken måte finnes det likheter og ulikheter i dekningen mediene i mellom, og over tid?"*

Her vil målet være å kartlegge medias dagsorden – hvilke saker blir vektlagt, hvilke partier og politikere er mest synlige i medienes dekning? I hvilken grad finnes det forskjeller mellom avisene? Nærmere bestemt gjelder det avisene Aftenposten-, VG- og Dagsavisen/Arbeiderbladets valgkampdekning i henholdsvis 1969 og 2001.

Formålet med dette analysekapittelet er altså primært å danne et bilde av, og synliggjøre, medienes dagsorden i de to nevnte valgkampene. Dette vil jeg gjøre for å peke på forskjeller og likheter i mediedekningen over tid, samt undersøke hvilken retning og på hvilken måte dekningens karakter har endret seg. Samtidig er det interessant å undersøke i hvilken grad det å sette dagsorden er en politisk aktørrolle i seg selv.

Aller først vil jeg imidlertid si noe om debatten omkring medias samfunnsrolle, og deres egne etiske normer. Det er ofte vanskelig å sette grenser for hva som er forsvarlig, kritisk journalistikk og hva som ikke er det. Dette er en grense som media og politikere ofte er uenige om.

4.2 Pressens samfunnsrolle

I kjølvannet av tidligere statsråd Tore Tønnes død, julen 2002, avstedkom det en debatt om medias makt, og dens rolle i samfunnet. En av debattantene som var mest kritisk til medias håndtering av Tønne-saken var lederen i Arbeiderpartiet, Jens

Stoltenberg. Han stilte spørsmål ved mediernes makt, og skrev blant annet følgende i en artikkel i Aftenposten:

”En sterk, uavhengig og kritisk presse er en av bærebjelkene i demokratiet. En slik presse har vi i Norge, ikke minst fordi samfunnet har lagt til rette for det. Mediene skal granske makten, men de utøver selv betydelig makt. Kan vi være sikre på at mediemakten granskes godt nok?” (Aftenposten 15/1-2003)

Stoltenberg setter her fokus på medias funksjon som ”demokratisk bærebjelke”. Som en representant for toppolitikere og det øverste samfunnssjiktet i Norge, mener altså Stoltenberg at samfunnet er tjent med en uavhengig og kritisk presse som skal granske makthaverne. Samtidig retter han en advarende pekefinger mot medias maktbruk, og inngripen i menneskers privatliv. Han mener pressen bør trå varsomt innenfor menneskers innerste private soner.

Pressen er på sin side også opptatt av å være en fri, uavhengig og aktiv debattant i det norske samfunnsliv. I den sammenheng har de også utviklet sine etiske normer for god presseskikk som er formulert i Vær Varsom-plakaten. Plakaten sier blant annet følgende om pressens samfunnsrolle²⁴:

1.1 Ytringsfrihet, informasjonsfrihet og trykkefrihet er grunnelementer i et demokrati.

En fri, uavhengig presse er blant de viktigste institusjoner i demokratiske samfunn.

1.2 Pressen ivaretar viktige oppgaver som informasjon, debatt og samfunnskritikk.

Pressen har spesielt ansvar for at ulike syn kommer til uttrykk.

Det er enkelte ganger et motsetningsforhold mellom pressens definisjon av sin egen frie, uavhengige og kritiske rolle, og politikernes definisjon av privatlivets intime sone. Det var dette som ble diskutert i Tønne-saken, der pressen, og da særlig Dagbladet, ble beskyldt for å gå for kraftig til verks og krenke privatlivets fred.

²⁴ For en fullstendig oversikt over Vær Varsom-plakaten, se www.presse.no/varsom.asp

Denne diskusjonen ble satt høyt på dagsorden blant politikere og presse, særlig på grunn av sakens tragiske utfall.

Oppsummeringsvis kan man si at både pressen og politikerne, her representert ved Stoltenberg, synes å være enige om pressens viktige funksjon i samfunnet. På bakgrunn av det som er hovedtema for denne oppgaven er det interessant å undersøke på hvilken måte pressens rolle som politisk aktør kommer til uttrykk, og da spesielt i valgkamper. Finnes det eksempler på saker der pressen utfører en form for kampanjejournalistikk, eller forfølgelse av enkelte partier og politikere? Har pressens rolle som aktør blitt for sterk i forhold til de politiske partiene? Dette er spørsmål som jeg kommer tilbake til senere i analysen.

4.3 Valgkampens karakter

Valgkampen i media regnes ofte for å være de siste fire ukene før valgdagen, selv om valgkampen mellom partiene, og således også i media, så å si pågår hele året. På samme måte setter Esaiasson (1990: 52) et skille mellom *valgkampen* og *førvalgkampen*. Hvis man da skal analysere problemstillinger knyttet til valgkampen er det naturlig å konsentrere seg om de siste ukene før valget for å få det sterkeste inntrykket. Det er da trykket fra media er størst, og de bruker således mye av sin spalteplass til selve oppkjøringen til valget. Det er altså de siste fire ukene før valget som er mitt fokus. Jeg velger med andre ord å undersøke den perioden som Esaiasson betegner som *valgkampen*.

En valgkamp handler om mer enn konkrete, politiske saker. En stor del av medias valgkampdekning dreier seg snarere om valgkampen *som sådan*. Det vil si valgkampens dynamikk; spillet mellom partiene, politikernes innsats, meningsmålinger, reportasjer fra partienes valgkampturnè og politikernes torgtaler. Broh (1980) kaller dette for *horse-race journalism*. Det betyr at de substansielle politiske sakene kommer i skyggen av medienes iver etter blant annet å kommentere hvem som ligger best an på meningsmålingene og hvem som klarer seg best i

debattene. Det blir således en kamp mellom partiene om medienes gunst, og om å få mest mulig positiv omtale.

Et annet viktig element i valgkampdekningen, som for såvidt heller ikke handler om konkrete, politiske saker og stridsspørsmål, er spørsmålet om regjeringsmakten. Hvem vil danne regjering, hvilke partier kunne tenkes å samarbeide og hvem får flertall? Dette er spørsmål som særlig opptar mediene under valgkamper.

Regjeringsspørsmålet var et sentralt tema i valgkampen både i 1969 og 2001. Det er imidlertid ikke så overraskende, ettersom alle stortingsvalg i realiteten også er regjeringsvalg. Et interessant poeng i denne sammenheng er likevel at man i 1969 kun hadde to reelle regjeringsalternativer (Arbeiderpartiet eller fortsatt borgelig koalisjon), mens man i 2001 diskuterte utallige konstellasjoner. Aardal (2003b: 245) skriver at det i 2001 ikke var noe enkeltalternativ som samlet flertallet av velgerne bak seg. De tre mest populære regjeringsalternativene fikk til sammen kun støtte fra en tredjedel av velgerne. Det betyr at mens velgerne i 1969 hadde to klare alternativer, så hadde man i 2001 mange uklare mindretallsalternativer.

Det er imidlertid viktig å understreke at dekningen av ”spillet i valgkampen” og ”regjeringsspørsmålet” ikke er totalt atskilt og uavhengig av dekningen av de mer klare politiske sakene. Dette henger ofte sammen med hverandre, og begge elementene finnes ofte i samme avisartikkel. Det vil si at mediedekningen av valg er et sammensatt fenomen, og det er ikke alltid like lett å skille ut substansen i sakene.

Jeg formulerte noen *hypoteser* om mine forventninger til dette analysekapittelet i tilknytning til den første problemstillingen, og det kunne nå være på sin plass å gjenta dem. For det første ville det etter mitt skjønn være nærliggende å tro at valgkampens karakter hadde endret seg i retning av å bli mer personorientert og tilsvarende mindre saksorientert, ikke ulikt det Broh (1980) kaller *horse-race journalism*. Videre ville jeg anta at valgkampen anno 2001 ville bære preg av mer ”show” og mindre fokus på de substansielle politiske sakene, enn valgkampen 1969. Til slutt ville det være nærliggende å anta at mediene er blitt mer aktørorienterte, der man er mer opptatt av å sette dagsorden, heller enn å være et talerør for partiene.

Før jeg tar for meg medienes dagsorden for de to valgkampene, vil jeg først belyse situasjonen i forkant av de to valgene.

4.3.1 Den politiske situasjonen før valget

4.3.1.1 Situasjonen i 1969

Arbeiderpartiet hadde mistet regjeringsposisjonen etter valget i 1965, og en borgerlig koalisjonsregjering²⁵ ledet av Per Borten fra Senterpartiet tok over. Regjeringen kunne støtte seg til et sterkt flertall i Stortinget med 80 av 150 mandater, mens Arbeiderpartiet tapte seks mandater og fikk 68 (Valen 1972: 16). Arbeiderpartiet var i 1969 derfor revansjelystne etter nederlaget fire år før, og satset på å vinne tilbake regjeringstaburettene. Men slik gikk det ikke. Selv om Arbeiderpartiet gjorde et godt valg var det de borgerlige partiene som fikk flertallet i Stortinget med 76 mandater, mens Arbeiderpartiet måtte nøye seg med 74 mandater og fortsatt opposisjon. Sosialistisk Folkeparti falt ut av Stortinget (Furre 1993: 335).

Store deler av pressen var i 1969 fortsatt partipolitiske, og dekningen av valgkampen bar naturligvis preg av det. Arbeiderbladet var viktige støttespillere for Arbeiderpartiet, mens Aftenposten stod på Høyres- og regjeringens side. VG erklærte seg for politisk uavhengige, men ga likevel sin uttalte støtte til den borgerlige koalisjonsregjeringen. VG var likevel ikke så opptatt av regjeringsspørsmålet som Arbeiderbladet og Aftenposten var, noe som muligens kan minne om en uavhengighetslinje.

4.3.1.2 Situasjonen i 2001

Arbeiderpartiet og Høyre hadde før dette valget blitt utpekt som hovedmotstandere av store deler av pressen. Situasjonen før valget viste en Arbeiderpartiregjering som slet i motvind på meningsmålingene, og et Høyre i sterk framgang. Valgresultatet

²⁵ Koalisjonsregjeringen bestod av Senterpartiet, Høyre, Venstre og Kristelig Folkeparti.

bekreftet også tendensen; regjeringen Stoltenberg måtte vike til fordel for en ny borgerlig regjering, bestående av Høyre, Kristelig Folkeparti og Venstre.

Arbeiderpartiet fikk sitt dårligste valgresultat siden 1924, mens SV gjorde tidenes valgkamp og ble av mange utropt som valgets vinnere. I hvilken grad pressen bidro til Arbeiderpartiets katastrofevalg eller SVs gode resultat er et vanskelig spørsmål å besvare, men like fullt interessant. Jeg vil i denne oppgaven se på noen saker som kan være med på å forklare hvorfor det gikk som det gikk.

De sterke bindingene mellom parti og presse var foran valget i 2001 for lengst avskaffet. Medienes utspill i valgkampen er ikke lenger basert på hva ”deres” politiske allierte sier og gjør, men hvilke saker mediene tror er interessante for publikum. Mediene kan i dag sies å være ”avpartifiserte”, men ikke ”avpolitiserte” (NOU 2000: 15).

4.4 Avisenes dagsorden

Jeg vil under dette avsnittet redegjøre for hvilke tema som fikk mest oppmerksomhet og flest spaltemeter under valgkampene i 1969 og 2001. Denne fremstillingen vil være av bred karakter, der jeg vil presentere de ulike temaene som gjorde seg gjeldende på medienes dagsorden. I neste kapittel vil jeg gå mer kvalitativt til verks, og dykke dypere ned i materialet. Aller først vil jeg ta en summarisk gjennomgang av hvilke saker som var på dagsorden i de gjeldende valgkamper, og deretter gå mer grundig til verks og se nærmere på de viktigste sakene på agendaen.

4.4.1 Dagsorden 1969

Tabellen nedenfor viser hvilke tema avisene Aftenposten, VG og Arbeiderbladet prioriterte som de viktigste i valgkampen 1969. Ikke overraskende er det *valgkampen per se* som topper statistikken med en andel på hele 56,2 prosent i gjennomsnitt for de tre avisene.

Tabell 4.1 Andel av tema i prosent for valgkampen 1969. (N=669).²⁶

Tema	Aftenposten	VG	Arbeiderbladet	Totalt
Valgkampen <i>per se</i>	47,2	74,0	50,2	56,2
Skatter og avgifter	16,4	13,8	18,5	16,4
Regjeringsspørsmålet	10,3	4,6	12,7	9,6
Økonomiske spørsmål	5,1	1,5	9,7	5,8
Moralske spørsmål	6,1	4,6	5,4	5,4
Boligpolitikk	3,3	3,6	5,8	4,3
Utenriks- sikkerhets og forsvarspolitik	6,1	3,6	2,3	3,9
Distriktpolitikk, fiskeri og landbruk	5,1	4,1	2,3	3,7
Sysselsetting	5,1	2,0	2,7	3,3
Skole, utdanning og forskning	3,7	1,0	4,2	3,1
Kulturpolitikk	5,1	1,0	3,1	3,1
Folketrygden	2,8	0,5	3,5	2,4
Miljø- og naturvern	0,9	1,0	3,9	2,1
Helse- og sosialpolitikk	2,3	-	0,4	0,9
EEC	2,3	0,5	-	0,9
Samferdsel	0,9	0,5	-	0,4
Barne- og familiepolitikk	-	-	0,4	0,1

Her skiller VG seg betydelig ut med en andel på 74 prosent. Det aller viktigste politiske stridsspørsmålet var her *skatter og avgifter* med en andel på totalt 16,4 prosent. Denne saken hadde flere sider, og splittet både aviser, partier og velgere på midten. Et tredje tema som gjorde seg gjeldende var *regjeringsspørsmålet* med en total andel på 9,6 prosent. Dette er spørsmål som er nært knyttet opp til valgets kjerne, og således alltid interessant for media. Likevel fikk dette spørsmålet en ganske beskjeden oppslutning i media i denne valgkampen, noe som kanskje kan forklares med bakgrunn i partipressens karakter der standpunktene i stor grad var gitt på forhånd. I tillegg skilte VG seg ut, og trakk ned snittet totalt med en andel på bare 4,6 prosent.

Av andre viktige tema for pressen i denne valgkampen kan det nevnes *økonomiske spørsmål*, *moralske spørsmål* og *boligpolitikk* med andeler på mellom fire og seks prosent. Kategorien for *økonomiske spørsmål* omfattet for det meste spørsmål knyttet

²⁶ Tabellen overstiger 100 prosent, ettersom det i noen tilfeller er kodet flere tema pr. oppslag.

til lønninger, prisregulering, fordelingspolitikk og nasjonens allmenne velstand. Dette er en forholdsvis bred kategori, på tross av at spørsmål omkring *folketrygden* ble holdt utenfor som en egen kategori. Det kan være verdt å merke seg at Arbeiderbladet viet hele 9,7 prosent av sin dekning til kategorien *økonomiske spørsmål*, mens VG og Aftenposten var mer avmålte med henholdsvis 1,5 og 5,1 prosent. Hvis man slår sammen denne kategorien med *skatter og avgifter*, får de to kategoriene til sammen en oppslutning på 28,2 prosent i Arbeiderbladet. VG, derimot, har bare en dekning på 15,3 prosent til sammen for de to kategoriene.

Valgkampen inneholdt også andre, mindre omtalte saker. Her kan det nevnes *utenrikspolitikk, distriktpolitikk, sysselsetting, skole, kultur, folketrygden og miljøpolitikk*. Disse sakene hadde beskjeden synlighet med en oppslutning som varierte mellom ca. 2 og 4 prosent. Til slutt kunne man registrere noen tema med en andel på under 1 prosent; det være seg *helse- og sosialpolitikk, EEC, samferdsel og barne-og familiepolitikk*.

4.4.2 Dagsorden 2001

Ikke overraskende er det *valgkampen per se* som også preger mediedekningen i 2001. Andelen er på 42,9 prosent, noe som overraskende er lavere enn i 1969.

Regjeringsspørsmålet følger deretter med en andel på 16,5 prosent. Her kan man legge til en betydelig økning sammenlignet med 1969. Dette spørsmålet var helt åpent foran valget i 2001, og ble hyppig diskutert av pressen. Spesielt Dagsavisen fokuserte på dette temaet med en andel på 20 prosent. På de neste plassene på dagsordenen følger så *skatter og avgifter* og *sykelønnsaken*, begge med en andel på 8,5 prosent. I de to sakene er det VG som skiller seg ut med den største dekningen på henholdsvis 11,6 og 12,4 prosent.

Tabell 4.2 Andel av tema i prosent i valgkampen 2001 (N=504)²⁷

²⁷ Tabellen overstiger 100 prosent, ettersom det i noen tilfeller er kodet flere tema pr. oppslag.

Tema	Aftenposten	VG	Dagsavisen	Totalt
Valgkampen <i>per se</i>	40,0	48,8	41,8	42,9
Regjeringsspørsmålet	15,6	13,2	20,0	16,5
Skatter og avgifter	6,8	11,6	8,2	8,5
Sykelønnssaken	7,8	12,4	6,5	8,5
Helse- og sosialpolitikk	11,7	4,7	5,3	7,7
Skole, utdanning og forskning	6,3	6,2	7,1	6,5
Økonomiske spørsmål	2,0	3,1	5,9	3,6
Barne- og familiepolitikk	2,9	-	6,5	3,4
Moralske spørsmål	1,0	0,8	5,9	2,6
EU og EØS	5,4	-	1,2	2,6
Kulturpolitikk	4,4	0,8	0,6	2,2
Distriktspolitikk, fiskeri og landbruk	2,0	2,3	1,8	2,0
Miljø- og naturvern	2,0	0,8	2,4	1,8
Utenriks- sikkerhets og forsvarpolitikk	1,0	0,8	2,9	1,6
Sysselsetting	2,4	-	1,2	1,4
Spørsmål vedrørende det offentlige byråkrati	2,4	0,8	-	1,2
Kriminalitet	1,5	-	1,2	1,0
Asyl- og innvandringspolitikk	1,0	0,8	0,6	0,8
Boligpolitikk	-	-	1,8	0,6

Lenger ned på listen finner vi *helse- og sosialpolitikk* og *skole- utdannings- og forskningspolitikk* med en andel på henholdsvis 7,7 og 6,5 prosent. Spesielt skiller Aftenposten seg ut i dekningen av helse- og sosialpolitikken med en andel på 11,7 prosent. Dette kan ha sammenheng med at Aftenposten trykket mange artikler som omhandlet eldre og deres ublide møter med norsk helsevesen²⁸, i tillegg til å rette et kritisk søkelys på problemstillinger knyttet til innføringen av fastlege-ordningen.

Av andre mer eller mindre viktige saker for pressen i 2001 kan det blant andre nevnes *økonomiske spørsmål*, *barne- og familiepolitikk*, *moralske spørsmål*, *EU/EØS-relaterte problemstillinger*, *kultur* og *distriktspolitikk*. Disse temaene hadde en gjennomsnittlig andel på mellom 2 og 4 prosent i de tre avisene. Et interessant poeng er at kategorien *økonomiske spørsmål* var ganske klart mest fremtredende i Dagsavisens dekning, sammenlignet med VG og Aftenposten. Dette samme var også tilfellet for Arbeiderbladet i 1969, bare i enda sterkere grad.

²⁸ Se for eksempel *Aftenposten* 29/8-2001.

4.4.3 Avisenes viktigste saker

Jeg vil her presentere de sakene som tronet på toppen av de tre avisenes dagsorden i 1969 og 2001. Jeg velger å presentere sakene tematisk på tvers av valgkampene, istedenfor i kronologisk rekkefølge. Det vil si at jeg først redegjør for de sakene som mediene var mest opptatt av ved begge valgkamper, for så å gjøre det samme med hvilke partier og politikere som var mest synlige i de respektive valgkampene. Dette gjør jeg for å lettere få øye på likhetene og ulikhetene mellom de to valgkampene. Det er som nevnt avisene Aftenposten, VG og Dagsavisen/Arbeiderbladet som utgjør mitt datamateriale. Formålet med denne kartleggingen av dagsordenen er å se hvordan utviklingen fra 1969 til 2001 har vært med tanke på forskjeller og likheter i dekningen, og for å sammenligne de tre avisene i utvalget.

4.4.3.1 Valgkampen per se

Det klart mest slående temaet i 1969 er altså *valgkampen per se* med en andel på hele 56,2 prosent. Dekningen i denne valgkampen bar altså preg av spillet i valgkampen, politikernes innsats, og deres deltakelser i debatter og torgmøter. Dette er litt overraskende med tanke på avisenes ellers ganske politiserte innhold. Avisenes ideologiske budskap kommer imidlertid sterkere til uttrykk i lederartiklene enn i de ordinære nyhetsartiklene. Dette kommer tydelig frem når man studerer de ulike avisene. Avisenes ordinære nyhetsartikler er relativt balanserte og nøytrale sammenlignet med lederartiklene. Det er et gjennomgående trekk at mens de ordinære nyhetsartiklene i stor grad tar for seg valgkampen *som sådan*, så omhandler leder- og kommentarartiklene mer substansielle, politiske spørsmål.

VG skiller seg betydelig ut med en andel på hele 74 prosent med *valgkampen per se* som tema. Til sammenligning hadde Aftenposten og Arbeiderbladet en andel på henholdsvis 47 og 50 prosent. VG brukte blant annet mye av sin dekning på stemningsrapporter fra valgmøter og politikernes turneer rundt om i landet. For eksempel tok de i bruk et eget tog, som de naturlig nok kalte ”VGs valgtog”, der blant andre politikere fikk anledning til å være med og drive valgkamp. Det er likevel

viktig å merke seg at mens de fleste av nyhetsartiklene i VG handlet om *valgkampen per se*, hadde en betydelig del av lederartiklene et mer saklig, politisk innhold.

Hvis man ser nærmere på fordelingen mellom artikkeltypene, det være seg ordinær nyhetsartikkel, lederartikkel eller kommentarartikkel, så er dette interessant. Faktum er at nesten $\frac{3}{4}$ av VGs dekning av *valgkampen per se* er det de ordinære nyhetsartiklene som står for, mot ca 12 og 15 prosent for henholdsvis leder- og kommentarartikler. Det betyr at de ordinære nyhetsartiklene i VG består nesten utelukkende av temaet *valgkampen per se*.

Ut i fra tabellen for 2001 kan man lese at *valgkampen per se* også her var det temaet mediene var mest opptatt av i denne valgkampen. Med en andel på hele 42,9 prosent er det klart større enn det nest mest diskuterte temaet, *regjeringsspørsmålet*, på plassen bak (16,5 prosent). Dette er ikke overraskende hvis man sammenligner med 1969-valgkampen, der også det såkalte ”strategiske fokus”²⁹ var i sentrum.

I likhet med 1969-valgkampen var VG i 2001 den avisen i mitt utvalg som var mest opptatt av spørsmål knyttet til valgkampen *per se*. Denne kategorien hadde en andel på 48,8 prosent av VGs totale valgkampdekning de siste fire ukene før valget.

Aftenposten og Dagsavisen hadde til sammenligning en andel på henholdsvis 40 og 41,8 prosent. Det betyr at forskjellene mellom avisene var betydelig mindre i 2001 i tilknytning til dette temaet, noe som kan indikere at avisenes profil har blitt mer like når det gjelder deres dekning av valgkampens spill og strategi.

Noe som kan sies å være karakteristisk for dekningen av valgkampen i 2001 var de mange oppslagene om hvordan partiene lå an på meningsmålingene. Overskrifter som ”Ap-Jens nær smertegrensen” (VG 28/8-01), ”Haler innpå” (VG 30/8-01) og ”Ny nedtur for Ap i ny måling” (VG 30/8-01) er illustrerende for hvordan dekningen forløp i denne valgkampen. Meningsmålinger er blitt et meget hyppig brukt

²⁹ Rune Karlsen (2003) bruker i sin hovedoppgave begrepet ”strategisk fokus” for å betegne tema som *valgkampen per se* og *regjeringsspørsmålet*.

virkemiddel i mediernes dekning av moderne valgkamper. På 1960-tallet var det kun månedlige meningsmålinger, og for valgkampen 1969 innebar dette at siste gallup før valget 8. og 9. september var 15. august. Til sammenligning offentliggjorde pressen nye målinger nesten daglig i ukene før valget i 2001. Dette indikerer at nyere valgkamper bærer mer preg av det Broh (1980) kaller *horse-race journalism*, der partiene hele tiden blir satt opp mot hverandre, og målt ut i fra deres popularitet blant velgerne.

4.4.3.2 Problemstillinger rundt skatt og sykelønn

Et annet tema som i 1969 fikk stor medieomtale var *skatter og avgifter* med en andel på 16,4 prosent. En viktig grunn til at dette temaet fikk så stor oppmerksomhet er utvilsomt debatten omkring regjeringens vedtatte forslag til ny skattereform. Denne saken preget store deler av valgkampen, og de politiske frontene var steile. Den borgerlige koalisjonsregjeringen satset på å gjennomføre den nye skattereformen, mens Arbeiderpartiet på sin side protesterte, og mente en slik reform ville skape større forskjeller mellom fattig og rik. Avisene Arbeiderbladet og Aftenposten, som vi skal se, støttet hver sin side, og agiterte for deres politikk. VG, som var erklært uavhengige, støttet i hovedsak regjeringens linje.

I *Aftenposten* (12/8-1969) kunne man for eksempel lese: "Mål for skatteomleggingen: Rettferdighet for de svake." Samtidig kunne man i *Arbeiderbladet* (3/9-69) lese det stikk motsatte: "Det borgerlige skatteopplegget vil ikke gjøre ulikheten i de disponible inntektene mindre, hvis koalisjonen vinner valget. Alt tyder på at skjevhetene vil bli større." Også VG (13/8-1969) var naturligvis opptatt av denne saken, og gav sin fulle støtte til Regjeringen: "... alle vet at for Arbeiderpartiet er det bare én ting som overhodet er verdt omtale i skattedebatten, og det er partiets motforslag til utspillet fra Regjeringen" (VG 21/8 1969).

En annen sentral sak i 1969, som også sorterer under kategorien *skatter og avgifter*, var den såkalte "budsjettlekkasjen" som Arbeidernes Pressekontor avslørte, og ga

atskillig spalteplass i sin dekning av valgkampen. Saken dreide seg i korte trekk om et regjeringsdokument som hadde kommet på avveier, og som viste beregninger der det ble påstått at Regjeringens nye skatteordning ville øke avgiftene ytterligere. Dokumentet ble brukt for alt det var verdt i valgkampen av Arbeiderpartiets allierte i A-pressen. Dette er eksempler som illustrerer hvordan avisene på mange måter var politiserte i sitt innhold i 1969, og aktivt støttet opp om sine politiske meningsfeller; henholdsvis koalisjonsregjeringen og Arbeiderpartiet. Jeg vil komme nærmere tilbake til denne saken i neste kapittel.

I 2001-valgkampen hadde temaene *skatter og avgifter* og striden om *sykelønnssaken* en andel på 8,5 prosent hver. Det betyr at disse to sakene til sammen hadde omtrent like stor andel som *skatter og avgifter* hadde alene i 1969. Det betyr imidlertid ikke at disse sakene var ubetydelige i valgkampen 2001. Striden om *sykelønnssaken* og spørsmål omkring *skatter og avgifter* henger på mange måter sammen med hverandre, ettersom statsminister Stoltenberg ved flere tilfeller poengterte at konsekvensene av Høyres skattepolitikk ville føre til en svekkelse av sykelønnsordningen. Høyre uttalte selv at de ville stramme inn på sykelønnen, for blant annet å ha råd til å gi folk lavere skatter. Sykelønnssaken var opprinnelig en av Arbeiderpartiets mest populære og betrodde saker da valgkampen startet. Partiet brukte mye tid og krefter på å forsvare sykelønnen, mens de samtidig kritiserte blant annet Høyre for å ville kutte i den for å finne rom for skattelettelser. Saken tok imidlertid en dramatisk vending da VG avslørte at også Ap hadde vært inne på tanken om kutt i sykelønnen. VG skrev følgende: ”Stikk i strid med alt statsministeren og Ap har sagt og skrevet i valgkampen, arbeidet hans egen regjering inntil i april i det skjulte for sterke innstramninger i sykelønnen.” (VG 25/8-01). Dagsavisen tonet ned striden om sykelønnen, og skrev følgende i en lederartikkel: ”Det er kjent at Regjeringen trengte å gå noen runder, ikke minst sammen med LO, før den konkluderte med å si nei til kutt i sykelønnsordningen. Uansett er det bedre sent enn aldri” (Dagsavisen 28/8-2001).

Sykelønnssaken kan på noen måter sammenlignes med den budsjettlekkasjen som Arbeidernes Pressekontor avslørte i 1969, og begge sakene viser hvordan media kan bruke sin makt som aktør og agendasetter. Disse sakene er gode eksempler på at pressens evne til å sette den politiske dagsorden, eller skape oppmerksomhet rundt utvalgte saker, også er med på å definere deres rolle som politiske aktører i en valgkamp. Håndteringen av begge disse sakene kan minne om såkalt *kampanjejournalistikk*, der media gjerne plukker opp en kontroversiell sak og forfølger den med stor intensitet. Jeg vil diskutere og sammenligne de to sakene i neste kapittel.

Det er, som vi har sett, også på det rene at de forskjellige avisene i 2001 hadde en litt ulik tilnærming til dekningen av sykelønnssaken. Det kan samtidig nevnes at avisen som satte saken på dagsorden, VG, også var den avisen i utvalget som brukte mest spalteplass på den, med en andel på 12,4 prosent av sin totale dekning. Aftenposten og Dagsavisen hadde på sin side en andel på henholdsvis 7,8 og 6,5 prosent.

4.4.3.3 Regjeringsspørsmålet

En tredje sak i 1969-valgkampen som var mye diskutert var *regjeringsspørsmålet*. Dette temaet hadde en andel på gjennomsnittlig 9,6 prosent fordelt på de tre avisene. Her er det klare forskjeller mellom avisene. Aftenposten, Arbeiderbladet og VG hadde en prosentvis andel på henholdsvis 10,3, 12,7 og 4,6 når det gjaldt omtale av regjeringsspørsmålet. Det er interessant med tanke på VGs selverklærte uavhengige politiske ståsted. Dette indikerer at avisene Aftenposten og Arbeiderbladet hadde et betydelig større fokus på spørsmålene omkring regjeringsskonstellasjonen enn VG, og som vi skal se senere i analysen, hadde klare politiske føringer på hvem som burde sitte i regjering.

På valgdagen kunne man lese følgende overskrift på Aftenpostens forside: "Gi samarbeidsregjeringen en ny fullmakt!" (*Aftenposten* 8/9-1969), mens Arbeiderbladet samme dag hadde følgende overskrift på forsiden: "Bare én mulighet for ny regjering: Et godt valg for Arbeiderpartiet" (*Arbeiderbladet* 8/9-1969). Sitatet viser

tydelig hva som var avisenes dagsorden før valget i 1969; et godt valg for sine respektive partier. Det skal også legges til at VG uttalte sin støtte til at koalisjonsregjeringen ble sittende etter valget. Dette synet ble klart og tydelig uttrykt i avisens lederartikler gjennom hele valgkampen. Dette viser klart hva som var de ulike avisenes holdning, og kan definitivt oppfattes som politiske aktører i dette spørsmålet.

Regjeringsspørsmålet var også i 2001 en svært omtalt sak, og var med en andel på 16,5 prosent valgkampens nest mest diskuterte tema. Til sammenligning hadde spørsmålet omkring regjeringsmakten bare en andel på 9,6 prosent i 1969. En naturlig forklaring på hvorfor dette temaet fikk større plass i 2001 kan være at man i denne valgkampen diskuterte flere mulige regjeringsskonstellasjoner, mens man i 1969 i realiteten bare hadde ett alternativ til den sittende koalisjonsregjeringen; nemlig Arbeiderpartiet. Regjeringsspørsmålet var i det hele tatt helt åpent fram til siste stund i 2001, noe media fokuserte mye på i sin dekning.

Selv om mediene i 2001 er blitt avpartifiserte, finnes det fortsatt noen aviser som har et fastsatt ideologisk grunnsyn. I forbindelse med spørsmålet om regjeringsmakten kunne man lese følgende i Dagsavisens leder på valgdagen under overskriften ”Stem mot et Høyre-styre”:

”Vi ønsker at Ap, SV og Sp til sammen får flertall på Stortinget. Dermed er grunnlaget til stede for etableringen av en historisk sentrum/venstre-koalisjon i Norge. Det verst tenkelige utfallet av valget er en Høyre/KrF-regjering som blir avhengig av støtte fra FrP.”
(Dagsavisen 10/9-01).

4.4.3.4 Moralske spørsmål

Et annet tema som vakte oppmerksomhet i 1969 var moralske problemstillinger. Kategorien for *moralske spørsmål* hadde en andel på 5,4 prosent av det totale antallet i 1969. Mye av grunnen må tilskrives debatten omkring abort som var en het potet for den sittende koalisjonsregjeringen. Arbeiderpartiet ville gjøre det lettere for kvinner å ta abort, mens regjeringen, og da spesielt Kristelig Folkeparti, ville stramme inn loven. Saken var kontroversiell for både partiene og pressen. Grunnen var at Arbeiderpartiet ville liberalisere loven slik at det ville bli lettere for kvinner å

gjennomføre abort. Dette var sterk kost for spesielt regjeringspartiet KrF og sosialminister Egil Aarvik som eksempelvis kom med følgende uttalelse: ”Jeg synes det er rystende at Arbeiderpartiet virkelig vil gå så langt som til å legalisere fosterdrapet som middel til å løse sosiale problemer” (*Aftenposten* 22/8-1969).

I dette spørsmålet var ikke avisene helt på linje med sine politiske meningsfeller. Arbeiderbladet forsvarte riktignok Arbeiderpartiet i sin kritikk av abortlovgivningen, men regjeringsvennlige aviser som *Aftenposten* og *VG* ikke var helt på linje med den sittende koalisjonsregjeringen, med KrF i spissen. *Aftenposten* ville helst unngå temaet, og skrev følgende i en lederartikkel under overskriften ”Intet valgtema”:

*”Selv om det synes å være en almindelig akseptert oppfatning at ”alt er politikk”, og det hevdes at ethvert emne kan gjøres til gjenstand for politisk debatt, så må man allikevel kunne hevde at det er enkelte temaer som er lite egnet for politiske overlegninger. Det gjelder blant annet spørsmålet om ”fri abort” (*Aftenposten* 29/8-1969).*

Men *Aftenpostens* lederskribent gikk også lenger i å hevde at en så streng abortlov som sosialministeren ville ha ikke var å foretrekke:

”... Når enhver som ønsker en alvorlig og saklig diskusjon om disse vanskelige spørsmål blir stemplet som tilhengere av fosterdrap, og når det antydes at de problemer det her gjelder i første rekke skulle interessere mennesker av en svært dårlig moralsk karakter, da oppnår man ikke stort annet enn å dokumentere at man ikke skjønner hva det dreier seg om” (ibid.).

Dette viser at ”partiavisene” ikke alltid var på linje med sine moderpartier i alle saker.

Valgkampen i 2001 inneholdt også en noe sensitiv sak av moralsk karakter. I likhet med ”abort-saken” i 1969 fikk KrF også denne gang sitt pass påskrevet av Ap, i tillegg til ”sentrumskameratene” Sp og Venstre. Stridens kjerne hadde sitt utspring i en debatt der Jens Stoltenberg beskyldte Kjell Magne Bondevik og KrF for å ha et fordomsfullt syn på homofile i forbindelse med adopsjon og partnerskap. Dagsavisen kjørte en slags ”føljetong” over tre dager, der KrFs syn på homofile var tema. Med overskrifter som ”KrF-lederen tror på homo-helbredelse” (*Dagsavisen* 25/8-01) og ”Homokamp i sentrum. Senterpartiet og Venstre reagerer på KrFs homosyn”

(*Dagsavisen* 24/8-01) gjorde Dagsavisen dette til en vanskelig sak for Kristelig Folkeparti.

4.4.4 Medienes dagsorden versus velgernes dagsorden

Noe som er interessant i forbindelse med medienes dagsorden er å undersøke hvilke spørsmål velgerne syntes var viktige i valgkampen. Dette er imidlertid ikke en oppgave som har til hensikt å analysere velgerne og deres preferanser, men en liten oversikt over hvilke tema velgerne er opptatt av kan være på sin plass. Det er imidlertid viktig å understreke at under velgernes preferanser er det kun *stridsspørsmål* som er tatt med. Det vil si at tema som *valgkampen per se* og *regjeringsspørsmålet*, som er svært omfattende på mediedagsorden, er holdt utenfor.

Det finnes ingen systematiske velgerdata fra valgkampen i 1969. Det som imidlertid finnes er valgundersøkelser som tar for seg velgernes standpunkter til utvalgte stridsspørsmål i forkant av valget. Willy Martinussen og Henry Valen valgte i forkant av valget i 1969 ut tre grupper av saker, og undersøkte i hvilken grad det var rimelig å betrakte disse som politiske stridsspørsmål (Martinussen 1972: 164-65). Et av disse stridsspørsmålene gjaldt skattereformen; nærmere bestemt innføring av merverdiavgift (moms). Undersøkelsen viste blant annet at regjeringspartienes velgere (Høyre, Venstre, Sp og KrF) syntes å være positive til en innføring av merverdiavgift, mens venstresidens velgere (Ap, SF og NKP) syntes en slik moms var en ulempe (Martinussen 1972: 177). Dette viste seg å være sammenfallende med partiavisenes oppfatning av spørsmålet. Aftenposten og VG støttet nyordningen, mens Arbeiderbladet var sterkt i mot.

For valget i 2001 kan vi se at skatt, skole, helse og eldreomsorg var de viktigste sakene for velgerne i valgkampen (Aardal 2003a: 15-17). Så mye som hver tredje velger svarte "skatt og skole" på spørsmål om hvilke to saker som var viktig for egen stemmegivning. Sammenligner vi med VG-, Aftenposten- og Dagsavisens dagsorden ser vi noe av det samme mønsteret. Også her er skattespørsmålet det viktigste

stridsspørsmålet sett med medienes øyne, etterfulgt av sykelønnsaken, helse, og skolepolitikk.

Når det gjelder sykelønssaken så er den et godt stykke nede på listen over velgernes viktigste saker før valget i 2001. Et poeng som likevel er interessant i denne sammenhengen er at Arbeiderpartiets velgere syntes å finne denne saken viktigere enn andre partiers velgere (Aardal 2003a: 18). Dette viser det store potensialet saken kunne hatt dersom den hadde vært en "vinnnersak" for Ap gjennom hele valgkampen, og ikke bare fram til "avløringene" om partiets planer om egne kutt i sykelønnsordningen. Partiets troverdighet ble skadet, ettersom mediene valgte å "prime" denne saken tett, noe som kan være en av årsakene til Arbeiderpartiets dårlige valgresultat.

4.5 Partier på medienes dagsorden

Arbeiderpartiet var det partiet som var desidert mest synlig i valgkampen 1969.

Partiet var representert i 73,7 prosent av alle oppslagene i pressen ved dette valget.

I fordelingen mellom avisene er det Arbeiderbladet som har størst andel, fulgt av VG og deretter Aftenposten.

Tabell 4.3 Andel av partier nevnt i prosent for valgkampen 1969

Parti	Aftenposten	VG	Arbeiderbladet	Totalt
Ap	66,8	72,4	80,3	73,7
H	42,1	29,1	29,7	33,5
V	22,9	29,1	27,0	26,3
KrF	22,0	26,0	21,6	23,0
SF	13,6	31,1	17,8	20,3
Sp	18,7	24,5	18,1	20,2
NKP	7,5	15,8	10,8	11,2

Også i 2001 innehar Arbeiderpartiet den dominerende posisjonen i valgkampen ut i fra antall presseoppslag. Partiet ble nevnt i hele 72,6 prosent av alle oppslagene om valget i de tre avisene i utvalget, noe som er forbausende likt den andelen partiet fikk i 1969. I tillegg til å være Norges størst parti kan Arbeiderpartiets dominans blant annet forklares med at de også var i regjering i forkant av valget i 2001, og derfor var hyppig på medienes dagsorden.

Tabell 4.4 Andel av partier nevnt i prosent for valgkampen 2001

Parti	Aftenposten	VG	Dagsavisen	Totalt
Ap	69,8	74,4	74,7	72,6
H	53,7	52,7	61,2	56,0
KrF	41,5	35,7	42,9	40,4
SV	27,3	31,8	32,4	30,2
FrP	25,4	26,4	27,6	26,4
Sp	23,4	31,0	17,6	23,4
V	34,4	21,7	12,9	19,4
Kp	6,8	12,4	4,7	7,5

På den annen side, hvis man sammenligner med 1969-valgkampen der Ap var i opposisjon, hadde partiet nesten identisk synlighet i 1969 som i 2001. Dette kan ha sammenheng med at Ap var et mye større parti i 1969, og således ble viet større oppmerksomhet. Noe av forklaringen for at Ap skiller seg ut såpass kraftig i begge valgkampene ligger nok i at partiet ved begge valg kjempet alene mot den borgerlige blokken om regjeringsmakten. Valgkampen blir således på mange måter en kamp mellom Ap på den ene side, og de borgerlige partiene på den andre.

Høyre er det partiet som i 1969 er nest mest omtalt med en andel på 33,5 prosent. Aftenposten vier med klar margin mest plass til Høyre, med en andel på hele 42,1 prosent. VG og Arbeiderbladet er mer avmålte med en andel på henholdsvis 29,1 og 29,7 prosent.

I 2001 er også Høyre det partiet som er nest mest omtalt med en andel på 56 prosent. Som vi ser har partiet en betydelig høyere andel i 2001 sammenlignet med 1969. Dette kan ha sammenheng med at Høyre i 1969 var i regjering sammen med tre andre partier og således ofte ble omtalt i forbindelse med regjeringen, eller som regjeringspartiet. Videre kan vi merke oss at det er Dagsavisen som gir partiet størst prosentandel (61,2) i dekningen i forhold til de andre to avisene VG og Aftenposten (52,7 og 53,7) i 2001.

Videre har partienes synlighet i media for valgkampen 1969 følgende rekkefølge; Venstre, KrF, SF, Sp og NKP. Det som er interessant å merke seg her er at et parti som Sp, som jo hadde statsministeren i regjeringen, for så vidt var lite fremme i mediene.

For valgkampen 2001 er det til sammenligning KrF, SV og FrP som følger på plassene bak Ap og Høyre, mens Sp, Venstre og Kystpartiet ikke har veldig stor eksponeringskraft i media. Et parti på FrPs størrelse må sies å komme dårlig ut av medievalgkampen, mens SV har all grunn til å være fornøyd med synligheten. Det at man har mye fokus i en valgkamp er som sagt ikke ensbetydende med å gjøre et godt valg. Et godt eksempel er Ap som til de grader fikk komme på trykk i valgkampen, men som likevel gjorde sitt dårligste valg siden 1924 med en velgeroppslutning på 24,4 prosent. Et eksempel på det motsatte er SV som ble tydelig fokusert i mediene, og gjorde et brakvalg. En årsak kan være at Ap, tross mye oppmerksomhet, fikk mye negativ omtale, mens mediene omtalte SV i mer positive ordelag. Den mye omtalte sykelønnssaken kan nok ha bidratt til Aps dårlige valgresultat. I tillegg hevder Karlsen (2003) at Ap, i motsetning til Høyre, hadde et uklart fokus når de presenterte sine saker for velgerne, og tapte kanskje noen velgere på det. Høyre valgte å satse på tradisjonelle Høyre-saker som skatt og skole som sine valgkampsaker, og klarte i tillegg å holde fokus på disse sakene hele valgkampen i gjennom. Ap, på sin side, var mindre klare i sin tale til velgerne, noe som førte til en vagere profil.

Det mest oppsiktsvekkende med partienes synlighet i 1969 er Arbeiderpartiets totale dominans. Partiet er nevnt i nesten $\frac{3}{4}$ av alle oppslagene i denne valgkampen. Mye av

forklaringen på dette ligger vel i at Ap var det eneste store opposisjonspartiet til den sittende regjeringen, og hadde en oppslutning på rundt 45 prosent på meningsmålingene.³⁰

Det er for øvrig viktig å merke seg at ettersom regjeringen bestod av flere partier, ble ikke disse partiene, i mitt datamateriale, kodet når bare regjeringen var nevnt. Dette kan ha ført til at Ap har fått enda større dominans i datamaterialet i forhold til hvordan virkeligheten så ut. Når det gjelder de øvrige partienes medieomtale er denne relativt sammenfallende med deres oppslutning blant velgerne, selv om Ap da synes å være noe overrepresentert. Høyre, som er det største av regjeringspartiene, følger som nummer to, mens NKP er det minste partiet og får således minst omtale i avisene.

4.6 Politikere på medienes dagsorden

Vi har nå sett på de politiske partiene og deres frekvens i oppslag i valgkampen. Derfor kan det nå være interessant å se på *politikerne* og deres frekvens i media. Jeg har i mitt datamateriale kun konsentrert meg om lederne i de respektive partiene, og sett hvor ofte de er nevnt i oppslagene i valgkampen.

I 1969 er det to partiledere som skiller seg ut; nemlig Arbeiderpartiets leder Trygve Bratteli og statsminister og Sp-leder Per Borten. Dette er i og for seg naturlig ettersom disse var de to mest opplagte kandidatene til å bli statsminister etter valget. Bak dem følger i tur og orden Korvald, Garbo, Larsen, Lindebrække og Solheim. Felles for dem er at alle har relativt beskjeden synlighet sammenlignet med Bratteli og Borten.

Tabell 4.5 Andel av politikere nevnt i prosent for valgkampen 1969

Politiker	Aftenposten	VG	Arbeiderbladet	Totalt
Bratteli (Ap)	14,5	18,9	21,2	18,4

³⁰ Tall hentet fra Gallup offentliggjort i Arbeiderbladet 15/8-69.

Borten (Sp)	12,6	11,2	19,7	14,9
Korvald (KrF)	6,1	5,6	3,1	4,8
Garbo (V)	3,7	3,1	5,8	4,3
Larsen (NKP)	3,3	6,6	2,3	3,9
Lindebrække (H)	3,3	0,5	1,2	1,6
Solheim (SF)	1,9	1,0	0,8	1,2

Noe overraskende er det at Høyres leder Sjur Lindebrække nesten er totalt fraværende i valgkampen, selv om partiet hans er godt representert. Noe av årsaken til det er nok at Lindebrække ikke var med i regjeringen, og at Høyre således valgte å satse på representanter fra regjeringen som sine frontfigurer. Kåre Willoch, som var handelsminister, er et eksempel i så måte. Samtidig er det verdt å merke seg at selv om Sp sliter med lav pressedekning, er partiets leder Borten en mye omtalt mann. Dette har naturligvis sammenheng med hans posisjon som statsminister. Det kan også være verdt å merke seg at NKPs leder Reidar Larsen har en relativt høy eksponeringskraft i media i forhold til størrelsen på hans parti. Noe av årsaken er at Larsen fikk ganske mye fokus i VG, og dette er med på å trekke snittet opp.

Mens valgkampen i 1969 ikke var preget av partilederne i vesentlig grad, med unntak av Bratteli og Borten, kan man i større grad si at dette tilfelle i 2001. Tabellen for 2001 viser at Jens Stoltenberg³¹ var den politiker som oftest var referert i mediene med en andel på 38,5 prosent totalt. Bondevik og Petersen følger deretter, men var betydelig mindre eksponert. Videre følger Halvorsen, Jagland, Hagen, Bastesen, Enoksen, Sponheim og Sira Myhre.

Tabell 4.6 Andel av politikere nevnt i prosent for valgkampen 2001

Politiker	Aftenposten	VG	Dagsavisen	Totalt
Stoltenberg (Ap)	34,1	39,5	42,9	38,5
Bondevik (KrF)	28,3	20,9	28,8	26,6

³¹ Jens Stoltenberg er tatt med i statistikken på grunn av sin posisjon som statsminister og partiets frontfigur, til tross for at Thorbjørn Jagland var partileder på daværende tidspunkt. Jagland er også tatt med i statistikken.

Petersen (H)	19,5	25,6	25,3	23,0
Halvorsen (SV)	13,7	14,7	12,4	13,5
Jagland (Ap)	12,2	13,2	11,8	12,3
Hagen (FrP)	9,8	7,0	11,2	9,5
Bastesen (Kp)	4,9	8,5	3,5	5,4
Enoksen (Sp)	3,4	7,8	3,5	4,6
Sponheim (V)	4,9	5,4	2,4	4,2
Sira Myhre (RV)	2,0	2,3	1,8	2,0

Det er verdt å merke seg at tabellen er ganske sammenfallende med hvordan partiene plasserer seg på synlighetsskalaen, med to unntak; Kjell Magne Bondevik fra KrF og Steinar Bastesen fra Kystpartiet. Sistnevnte figurerer mer i mediene enn både Venstres leder Sponheim og Senterpartiets leder Enoksen, på tross av partiets mikroskopiske størrelse. Kystpartiet er på mange måter personifisert gjennom Bastesen, og han ble av mange oppfattet som en joker i valgkampen. Årsaken til det var at det politiske flertallet i Stortinget etter valget kunne bli avhengige av Bastesens stemme. Bondevik, på sin side, var en av de heteste kandidatene til å bli statsminister, og var naturlig nok mye fokusert. Ellers er det interessant å merke seg at formannen i Fremskrittspartiet, Carl I. Hagen, bare er nevnt i 9,5 prosent av oppslagene totalt. I VG er Hagen bare omtalt i 7 prosent av oppslagene, hvilket betyr at bare Sira Myhre og Sponheim er nevnt færre ganger. Dette kan virke overraskende ettersom Hagen er sitt partis desidert mest markerte profil. I tillegg har mange et inntrykk av at Hagen opptrer så å si i all pressedekning, noe som altså ikke var tilfelle i denne valgkampen.

Når det gjelder fordelingen mellom avisene for 1969-valgkampen er den ganske jevn. Bratteli får mest spalteplass i Arbeiderbladet og minst i Aftenposten. Dette kan virke naturlig ut ifra avisenes ideologiske ståsted. Men dette er ikke karakteristisk for de andre partilederne. Den borgerlige statsminister Borten får for eksempel mest oppmerksomhet i Arbeiderbladet, selv om det er avisene VG og Aftenposten som støtter hans regjering. Det er verdt å merke seg all PR ikke er god PR i en valgkamp, og at mye omtale ikke nødvendigvis er sammenfallende med god omtale. Dette blir på mange måter bekreftet i 1969-valgkampen, der avisenes "egne" allierte, og deres

politikk, oftest blir omtalt i positive ordelag, mens det motsatte er tilfelle for ”opposisjonen.”

I 2001 ser vi at Stoltenberg får mer plass i Dagsavisen sammenlignet med VG og Aftenposten. Bondevik scorer veldig jevnt i Aftenposten og Dagsavisen, men betydelig dårligere i VG. Petersen er mindre synlig i Aftenposten enn i de to øvrige avisene, mens Halvorsen scorer jevnt i alle tre avisene. Hagen, som jeg har vært inne på, scorer relativt lavt i alle avisene.

Generelt kan man si at med unntak av Bratteli og Borten, så er valgkampen i 1969 ikke preget av partiledernes dominans i media. Mediene slipper til mange forskjellige politikere, og er ikke så personfokuserte sammenlignet med nyere valgkamper. Hvis man sammenligner 1969 med 2001 så er det nok riktig å si at valgkampen i 2001 var mer personrettet, og konsentrerte seg i større grad om partienes ledere og frontfigurer. Mens pressen i 1969 var mer opptatt av å knytte partier til de ulike sakene, var man i 2001 opptatt av å personifisere politikken ytterligere. Dette kan man ganske klart lese ut fra tabellene, der for eksempel Arbeiderpartiets leder Bratteli i 1969 var representert i 18 prosent av oppslagene, mens Stoltenberg til sammenligning var referert i 38 prosent av oppslagene i 2001. Den samme tendensen gjelder også for de øvrige partilederne hvis man sammenligner de to valgene. Dette var også en av mine antagelser i begynnelsen av dette kapittelet. Her antok jeg at valgkampen i media hadde blitt mer personfokuseret i moderne tid. Det betyr blant annet tilsvarende mindre fokus på de politiske partiene. Dette ser vi tydelig når man sammenligner de to valgkampene, der partiene stod i sentrum i 1969, var de sentrale politikerne mest interessante i 2001.

Tidligere forskning viser at det finnes en klar sammenheng mellom velgernes sympati for partilederne og stemmegivning. Dette betyr imidlertid ikke at partiledernes popularitet er viktigere enn politikken innhold (Aardal 2003b: 246). Faktum er at lederne spiller mindre en rolle for stemmegivningen enn mange forestiller seg, noe som kan eksemplifiseres ved å vise at Bondeviks generelle popularitet og store synlighet i media i 2001 ikke var sammenfallende med KrFs valgresultat.

4.7 Oppsummering og sammenligning

Vi har nå sett hva mediene prioriterte som sine viktigste saker i de to valgkampene. I tillegg har vi sett i hvilken grad de forskjellige partiene og deres partiledere fikk gjennomslag i media. Motivet for denne gjennomgangen har vært å kartlegge pressens dagsorden for de to valgkampene, samt å undersøke i hvilken grad mediedekningen har endret seg over tid. Blant mine forventninger til denne analysen var antagelsene om at valgkampdekningen var blitt mer ”showpreget” og personfokusert i 2001 sammenlignet med 1969, og at dekningen således bærer mer preg av det såkalte ”strategiske fokus” i nyere tid.

Jeg fant at felles for begge valgkampene var at det er det såkalte ”strategiske fokus” som griper medienes dagsorden i aller størst grad. Valgkampens dynamikk og den såkalte *horse-race journalism*, samt spillet om regjeringsmakten er hovedingrediensene i pressens dekning ved begge valgkamper. Faktisk så mye som 56,2 prosent av dekningen i 1969, og 42,9 prosent i 2001, dreide seg om valgkampen *per se*. VG var den avisen som viet størst plass til dette temaet ved begge valgkamper. Det mest overraskende her er at tallet er høyere i 1969, noe som er motstridene i forhold til mine antagelser om at medievalgkampen ville være mer ”showpreget” i nyere valgkamper. Det kan imidlertid innvendes at nyere valgkamper har flere innslag av ”horse-race”, eksempelvis meningsmålinger og ulike evalueringsskalaer av politikernes innsats.

En annen fellesnevner for de to valgkampene er pressens fokus på skatter og avgifter. Dette var et tema som fikk mye oppmerksomhet ved begge valg, men som spesielt i 1969 viste seg å skape stor splid mellom de ulike avisene. Mens pressen i 2001 er mer uavhengige i sin dekning av en sak med klare politiske motsetninger, tar avisene i 1969 klart side og forsvare ”sine” partiers standpunkter med nebb og klør.

Hvis jeg skal peke på noen klare forskjeller mellom de to valgkampene, ser vi for eksempel at helse- og sosialpolitikk og barne- og familiepolitikk scorer veldig lavt i 1969 sammenlignet med 2001. På den annen side scorer eksempelvis boligpolitikk og

moralske spørsmål høyere i 1969 enn i 2001. Dette kan naturligvis ha sammenheng med at samfunnet generelt har endret seg, og nye konfliktlinjer ser dagens lys.

Når det gjelder partienes synlighet ser vi at Arbeiderpartiet har den klart største dekningen ved begge valgkamper. Andelen ligger på rundt 73 prosent ved begge valg. Dette er et hav foran de andre partiene, og spesielt i 1969 er forskjellen ned til neste parti Høyre stor.

En god, karismatisk partileder kan være viktig for et parti sin popularitet. Partilederne er generelt mer synlige i 2001 sammenlignet med 1969. Når det gjelder Ap er Bratteli mest omtalt av partilederne i 1969, mens Stoltenberg er en like klar ener i 2001.

Ellers er det verdt å merke seg at Bastesen i 2001 scorer høyt i forhold til sitt partis størrelse, mens en medieprofil som Hagen scorer lavt i forhold til Fremskrittspartiets oppslutning. Bondevik og Petersen, i tillegg til nevnte Stoltenberg, skiller seg ut som mye omtalte menn. I 1969 er Bratteli og Borten solide vinnere, med et stort sprang ned til de andre. Personfokuset er således sterkere i 2001 enn i 1969, noe som er i tråd med mine antagelser. Det kan også være verdt å merke seg at kvinnene nærmest er fraværende i valgkampen i 1969, og det finnes heller ingen kvinner blant partilederne.

Hva er så hovedfokus for media, og hovedforskjellen mellom 1969 og 2001, når man studerer pressens dagsorden i valgkampen? Det mest slående trekket er likheten i fokus mellom de to valgkampene når det gjelder pressens ”strategiske fokus”. Pressen er litt overraskende like opptatt av *valgkampen per se* ved begge valg, noe særlig de ordinære nyhetsartiklene bærer preg av.

Det er likevel store forskjeller mellom de to valgkampene når det gjelder avisenes fremstilling av stoffet, *framingen*, og dette kommer særlig til uttrykk i lederartiklene i 1969. I tillegg er personfokuset blitt mye sterkere i 2001, der særlig partilederne må bære det tyngste ansvaret for partienes innsats.

5. KAPITTEL: MEDIA SOM AKTØR

5.1 Innledning

Jeg vil i dette kapittelet søke å besvare oppgavens andre problemstilling: *"I hvilken grad, og på hvilken måte, kan man si at norske medier vinkler og fokuserer sin valgkampdekning i favør av bestemte saksområder, politiske partier og politikere? På hvilken måte har dette endret seg over tid?"*

Hvordan definerer mediene aktuelle problemstillinger, og hvordan vinkles sakene? I tillegg er jeg opptatt av å undersøke hvordan dette har endret seg over tid. Det overgripende spørsmål gjennom hele analysen vil være i hvilken grad, og på hvilken måte, medias aktørrolle har utviklet seg fra partipressens tid og frem til i dag. Mer presist vil det gjelde forskjellen i pressens rolle i 1969 sammenlignet med 2001.

Jeg har valgt å ta utgangspunkt i noen av de sakene som fikk mest oppmerksomhet i valgkampen i henholdsvis 1969 og 2001. Jeg vil på den måten lettere se forskjeller i avisenes vinkling av de aktuelle sakene, samt ha muligheten til dykke grundigere ned i materien. Begrepene *priming* og *framing* vil være viktige verktøy i analysen.

For valgkampen 1969 har jeg valgt ut to saker som jeg ønsker å se nærmere på. Det er *regjeringsspørsmålet*, samt *skatter og avgifter*. For 2001 har jeg valgt å se på *sykelønnssaken* og *regjeringsspørsmålet*. Grunnen til at jeg har valgt ut akkurat disse sakene er fordi samtlige fikk relativt mye oppmerksomhet i media, men også fordi disse sakene tildels skapte uoverensstemmelser og diskusjon både mellom partiene og mellom de ulike avisene. Jeg vil i siste del av kapittelet drøfte medias rolle som politisk aktør mer inngående. Jeg tar utgangspunkt i "budsjettlekkasjen" fra 1969 og sykelønnssaken fra 2001 for å illustrere i hvilken grad aktørrollen kan gjøre seg gjeldende, samt for å hvilken utvikling denne rollen har hatt.

Jeg har altså valgt å ta utgangspunkt i ett tema som har med valgkampens ”strategiske fokus” å gjøre (regjeringsspørsmålet), i tillegg til to tema som dreier seg om politiske stridsspørsmål (skatter og avgifter, samt sykelønnssaken). Regjeringsspørsmålet er felles for begge valgkamper, mens de to øvrige stridsspørsmålene, sykelønnssaken og skattes spørsmålet, er hentet fra henholdsvis valgkampen i 1969 og 2001.

Som jeg skisserte i introduksjonskapittelet vil mine antagelser, eller *hypoteser*, i tilknytning til problemstillingen i dette kapittelet være tredelt. For det første knyttes det ulike forventninger til den ”avpartifiserings”-prosessen som har funnet sted i tidsrommet mellom de to valgkampene. Mer presist vil jeg forvente en mer politisk objektiv dekning fra pressens side i 2001 kontra 1969. For øvrig vil jeg forvente å finne forskjeller i avisenes dekning, og da særlig i 1969, hva gjelder vinkling av de ulike politiske sakene. I tillegg vil jeg anta at kommentar- og lederartiklene i større grad uttrykker avisenes mening og standpunkt, i motsetning til de ordinære nyhetsartiklene som har et mer objektivt preg.

For det andre er det nærliggende å tro at valgkampen har gått fra å hovedsakelig være styrt av de politiske partiene i 1969, til å ha blitt en valgkamp som i større grad er tuftet på medienes premisser i 2001. Det vil si at det er mediene som nå i stor grad bestemmer hvordan valgkampen skal forløpe.

Endelig vil jeg forvente at pressens rolle i valgkamper har endret seg i retning av en mer selvstendig politisk aktørrolle. Det innebærer at pressen nå i større grad enn tidligere styrer den politiske dagsorden i valgkampen i motsetning til tidligere hvor dagsorden i større grad var bestemt av de politiske partiene.

5.2 Regjeringsspørsmålet – 1969 versus 2001

Regjeringsspørsmålet var et sentralt tema i begge valgkampene. Det er imidlertid ganske naturlig ettersom det er resultatet av stortingsvalget som bestemmer sammensetningen av regjeringen. Men det er ikke alltid like klart for velgerne, eller mediene, hvilke regjeringsalternativer man har å velge mellom. Mens alternativene i

1969 så å si hele tiden var klare, var spørsmålet om hvem som skulle danne regjering etter valget i 2001 helt åpent.

Ved valget i 1969 stod velgerne overfor to reelle valg; en regjering utgått fra Arbeiderpartiet eller fortsatt borgerlig koalisjon av partiene Høyre, KrF, Sp og Venstre. Avisene støttet "sine" partier, og agiterte samtidig mot hverandres alternativer. I 2001 ble en rekke konstellasjoner diskutert av pressen. De mest diskuterte alternativene var; et gjensyn med "sentrumsalliansen" bestående av KrF, Sp og Venstre; en "sentrum-/høyreallianse" bestående av Høyre, KrF og Venstre (eller bare Høyre og KrF); en ren Arbeiderparti-regjering; eller en "sentrum-/venstreallianse" bestående av Ap, SV og Sp. Bondevik tviholdt på sentrumsalliansen, selv om Venstre på meningsmålingene lå an til å falle under sperregrensen, mens Stoltenberg avviste alle "frierier" fra SV og Sp. Mediene fokuserte mye på spillet mellom partiene i dette spørsmålet, og stilte stadig kritiske spørsmål til Bondevik- og Stoltenbergs standhaftige linje. Etter hvert som valgkampen skred fram kom det mange uklare signaler fra de forskjellige partiene, og pressen brukte mye spalteplass på uenighetene mellom partiene.

Jeg vil nå diskutere pressens syn på regjeringsspørsmålet ved begge valgkamper, og prøve å identifisere noen likheter og ulikheter mellom disse to valgkampene.

Arbeiderpartiet fikk ved valget i 1969 inn 74 mandater på Stortinget,³² men fikk likevel ikke danne regjering ettersom de øvrige partiene til sammen fikk 76 mandater og flertall, og fikk således dannet en koalisjonsregjering. Til sammenligning fikk Høyre, KrF og Venstre til sammen 62 mandater i 2001, og dannet regjering. Oppslutningen om Ap i 2001 var omtrent halvert (24,4 prosent) sammenlignet med 1969 (46,5 prosent).³³ Dette viser hvordan den parlamentariske situasjonen har

³² Det er viktig å understreke at Stortinget i 1969 bestod av 150 representanter, mot 165 representanter i 2001.

³³ Tall hentet fra Valen & Martinussen (1972: 299).

forandret seg siden 1969, en utvikling som har gått fra flertallsregjeringer til skiftende mindretallsregjeringer som normal praksis.

Jeg har tidligere vært inne på at spørsmålet vedrørende regjeringssammensetningen var et av de mest sentrale temaene for mediene i valgkampen både i 1969 og 2001, med en andel på henholdsvis 9,6 og 16,5 prosent. Det betyr at pressen valgte å ”prime” dette spørsmålet. *Priming* handler om at medias fokusering på utvalgte saker også kan være viktig for hvilke kriterier og aspekter publikum baserer sine vurderinger av politiske aktører på (Iyengar & Kinder 1987; Waldahl 1999: 218-220). *Regjeringsspørsmålet* var en slik sak pressen valgte å fokusere på, men hvilke aspekter ble vektlagt og hvordan ble dette spørsmålet fremstilt i de ulike avisene?

5.2.1 Klare alternativer i 1969

I 1969 var avisene svært polariserte i synet på hvem som burde danne regjering etter valget. Aftenposten og VG støttet den sittende, borgerlige koalisjonsregjeringen, mens Arbeiderbladet argumenterte til fordel for Arbeiderpartiet. Som vi så i forrige kapittel var det først og fremst Aftenposten og Arbeiderbladet som brukte mye spalteplass på dette spørsmålet. VG, derimot, var mest opptatt av hvordan valgkampen forløp, samt politikernes innsats i valgkampen. Det skal imidlertid understrekes at VG hadde en del lederartikler som dreide seg om dette spørsmålet.

Det ulike synet mellom avisene kom blant annet til uttrykk i fremstillingen av Borten-regjeringens arbeid de siste fire årene. VG og Aftenposten fokuserte på Bortens samlende egenskaper som statsminister, og det gode arbeidet regjeringen hadde lagt ned i forskjellige saker. Aftenposten skrev blant annet følgende på lederplass:

”Men det som klart kom frem, var at i de seneste fire år er utført et godt stykke arbeide på en rekke viktige felter, og at de gode resultater som er oppnådd, er et resultat av samarbeide mellom mange parter” (Aftenposten 6/9-1969)

Aftenposten var veldig opptatt av å fremheve det gode samarbeidsklimaet mellom de fire regjeringspartiene. Noe som kan være med på å illustrere avisens holdning i dette

spørsmålet var at Aftenposten sågar kalte koalisjonsregjeringen for ”samarbeidsregjeringen”, noe som er et mer positivt ladet uttrykk (*Aftenposten* 8/9-1969). Også VG, gjennom en lederartikkel samme dagen, forsvaret regjeringens arbeid de siste årene:

”Ikke en gang LO-leder Tor Aspengrens kraftsatser har kunnet dekket over det faktum at lønnstakernes stilling har vært bedre de siste fire årene enn noen gang før – med høyere reallønn, større etterspørsel etter arbeidskraft og mindre inntektstap på grunn av arbeidsstans enn noen gang.” (VG 6/9-1969).

Aftenposten og VG var i dette spørsmålet meget samstemte når det gjaldt regjeringens innsats og resultater. Arbeiderbladet fokuserte også på regjeringens arbeid og samarbeidsklima, men med negativt fortegn. Arbeiderbladet prøvde således å så tvil om regjeringens påståtte gode samarbeid. De viste blant annet til at Sp krevde at Borten skulle fortsette som statsminister, at KrF gjorde det ”tindrende klart” at Kjell Bondevik måtte fortsette som kirke- og undervisningsminister, mens Venstre ville ha sammensetningen av statsråder opp til ny vurdering etter valget. Arbeiderbladet fokuserte på konfliktene innad i regjeringen, mens de borgerlige partiene dysset ned dette. I tillegg pekte de på koalisjonens uklare politiske profil.

Arbeiderbladet skrev blant annet i en lederartikkel følgende om ”problemene” innad i regjeringen, og dens manglende samarbeidsevne:

”De som stemmer med et av koalisjonspartiene, stemmer for en ”borgerlig politikk”. Stort mer vet de ikke om koalisjonens alternativ. De fire partiene har ikke greid å bli enige om et felles regjeringsprogram.” (Arbeiderbladet 23/8-1969).

Disse motstridende oppfatningene, slik de kom til uttrykk i pressen, kan til en viss grad forklares av medienes ”priming” og ”framing”-funksjoner. Avisene fokuserer her på Bortens egenskaper som statsminister og regjeringens egenskaper som styringsdyktig instrument. Arbeiderbladet er opptatt av å fremheve regjeringen Bortens samarbeidsvansker, og at statsministerens egenskaper som en samlende leder ikke strekker til. Mens Aftenposten og VG fokuserte mye på at Borten og

regjeringens hans hadde vist seg kapable til å styre landet godt, pekte Arbeiderbladet på splid innad i regjeringen, og mente derfor at en ettpartiregjering ville være det mest styringsvennlige. Aftenposten og VG vektla, på den annen side, at en flertallsregjering var å foretrekke fremfor en mindretallsregjering utgått fra Arbeiderpartiet. VG uttrykte seg følgende i en lederartikkel:

”Derimot er det blitt sterkt kritisert – ikke minst her i bladet - at det blir framstilt som om en mindretallsregjering av Arbeiderpartiet skulle være å foretrekke for regjeringen Borten. Vi har slått fast at en slik merkelig vurdering er det bare mulig å komme fram til for et parti som på besynderlig vis mener seg å representere det egentlige Norge – i motsetning til den regjering vi nå har, og som altså har bredere støtte i dette folket enn det overhodet er mulig for Arbeiderpartiet.” (VG 20/8-1969).

Dette utsagnet viser i all tydelighet hvordan den parlamentariske situasjonen i Norge har endret seg. En selverklært nøytral avis som VG mener at en koalisjon på fire partier er å foretrekke framfor et Arbeiderparti med ca 45 prosent av stemmene. De borgerlige avisenes fokus på regjeringen Bortens samarbeidsegenskaper er her viktig. VG og Aftenposten legger vekt på at Norge har behov for en bred flertallsregjering med en samlet støtte i folket.

Denne ulike vektleggingen og vinklingen som avisene la til grunn for sin dekning av regjeringsspørsmålet kan også knyttes til medienes *framing*-funksjon. Salma Ghanem (1997: 3-5) kaller *framing* for ”det andre dagsorden-nivået.” Hvis mediene velger å vektlegge noen utvalgte aspekter ved en sak, og utelate andre, vil de sannsynligvis påvirke publikums oppfatning i retning av disse aspektene. Der Aftenposten og VG valgte å fremheve de positive sidene ved regjeringssamarbeidet, valgte Arbeiderbladet å trekke fram indre splid, og negative følger av samarbeidet. Dette viser at vinklingen av en sak, dvs. presentasjonen av et tema, er et viktig middel for pressen.

5.2.2 Uklart landskap i 2001

Regjeringsspørsmålet var nærmest altoverskyggende i denne valgkampen. Pressen spekulerte fram og tilbake hvordan regjeringen ville komme til å se ut etter valget.

Selv om det finnes eksempler på at pressen tar side i politikken også i denne valgkampen, er hovedinntrykket at pressen er balanserte og nøytrale i fremstillingsformen i forbindelse med regjeringsspørsmålet.

Avisenes hovedbudskap var at det uklare politiske landskapet gjorde det vanskelig for velgerne å bestemme seg for hvilket parti de skulle stemme på. I tillegg var pressen til dels *konfliktorienterte*. Dette er i tråd med Høyers perspektiv om mediene som *deltakere* (Høyer 1989: 151). I deltakerrollen omformer mediene uartikulerte ønsker hos publikum til artikulerte krav overfor myndighetene. På denne måten forsøker mediene, som i denne saken, å fremme saker og problemstillinger for de politiske partiene, uten å nødvendigvis ta parti med noen av dem.

Medienes fokus er i dag flyttet fra den tidligere kanal-rollen, til å bli mer aktør-orienterte, noe som er i tråd med Østbyes beskrivelse av medienes utvikling fra å være kanal via arena til å bli aktører (Østbye 1997). Dette viser seg ved at pressen i dag er mer opptatt av å sette sin egen dagsorden, og er således også med på bestemme hvilke saker partiene bør interessere seg for. Avisenes fremste oppgave i forbindelse med regjeringsspørsmålet synes å være å sette de ulike regjeringskonstellasjonene på dagsorden. Samtidig kan pressens ønske om å sette alle mulige regjeringsalternativer fram i lyset også få en paradoksal virkning. Det kan være med på å forvirre folket ytterligere, ettersom pressen i sin iver etter å stille kritiske spørsmål til de ulike statsminister-kandidatene er med på å så tvil om de ulike alternativene. Men dette er jo også pressens rolle; nemlig å være kritiske overfor partier og politikere.

Pressen ser i dag ut til å ha blitt mer konfliktorienterte, og spesielt VG skiller seg ut som den avisen som i størst grad prøver å synliggjøre og konstruere konflikter mellom partiene og politikerne. Et eksempel som er illustrerende i så måte er fokuset på uoverensstemmelsene mellom "sentrumskameratene" Sp, Venstre og KrF. Mens Bondevik ved flere anledninger gjorde det klart at de gikk til valg på å få gjennomslag for den tidligere "sentrumsalliansen", så kom representanter fra Venstre og Sp med utsagn som sprikte i andre retninger. I en artikkel i VG utelater Venstres

Odd Einar Dørum Senterpartiet fra et eventuelt regjeringssamarbeid, og sier at han gjerne går i regjering med Høyre og KrF etter valget. Dørum sier:

”Venstre ønsker en borgerlig regjering, som står for en helt annen politikk enn Ap. Dette må skje med eller uten Sps hjelp. I det øyeblikk det viser seg at sentrum ikke kan stables på beina, ønsker jeg å realisere et annet regjeringssalternativ – Høyre, KrF og Venstre”
(VG 3/9-2001).

Da hadde Sp-leder Odd Roger Enoksen bare et par dager i forveien uttalt at han vil støtte en Ap-regjering, hvis det opprinnelige sentrumsalternativet ikke ble noe av. Dette viser hvordan pressen er opptatt av å skape konflikt, og således sår tvil om alternativets reelle styrke. Det er mange eksempler på dette i denne valgkampen der pressen forfølger en sak over flere dager. Eksempelet viser her medienes tendenser til kampanjejournalistikk. Pressen oppdager en konflikt, og forfølger den videre med å inkludere flere parter. Resultatet i dette tilfellet blir således at sentrumsalternativet blir oppfattet som mindre troverdig for leserne og velgerne.

I motsetning til 1969 var ikke pressen politisk avhengige i sin dekning i 2001. Men det finnes eksempler der avisene uttrykker sine politiske sympatier. Svennik Høyer sier at mediene enkelte ganger kan oppfattes som både *deltakere*, *ordstyrere* og *påvirkere* av opinionen (Høyer 1989: 150). Det betyr at mediene for eksempel kan gjøre seg til talsmenn for enkelte saker (deltaker), ved å fokusere mye på bestemte tema og personer (ordstyrer), samt antyde løsninger på disse sakene (påvirker). Dette perspektivet minner således om medienes *priming*- og *framing*-funksjoner, ved at media velger seg seg ut bestemte tema, og velger å vinkle dette på en bestemt måte for å nå ut med sitt budskap.

Særlig Dagsavisen opptrådte enkelte ganger som både deltaker, ordstyrer og påvirker i spørsmålet om regjeringsskonstellasjonen i valgkampen 2001. Dagsavisen bruker mye spalteplass på å redegjøre for de ulike regjeringssalternativene, og lanserer ved flere anledninger et regjeringssamarbeid mellom Ap, SV og Sp som det beste alternativet. Samtidig uttrykker de sin misnøye mot en Høyre-dominert regjering. I

sin leder på valgdagen skriver Dagsavisen følgende under overskriften ”Stem mot et Høyre-styre”:

”Vi ønsker at Ap, SV og Sp til sammen får flertall på Stortinget. Dermed er grunnlaget til stede for etableringen av en historisk sentrum-venstre-koalisjon i Norge.

”Det verst tenkelige utfallet av valget er en Høyre/KrF-regjering som blir avhengig av støtte fra FrP.” (Dagsavisen 10/9-2001).

Dette viser tydelig at Dagsavisens preferanser i dette spørsmålet var klare og uttalte, og at avisen her opptrer som en slags ”påvirker” av opinionen. Aftenposten og VG synes ikke å ta parti med noen, men er mer opptatt av å presentere de ulike alternativene, og få alle fakta på bordet. De to avisene er imidlertid også opptatt av regjeringsspørsmålet, men kan ikke sies å ta noe klart parti. Dette står i klar kontrast til dekningen fra 1969 der alle tre avisene klart uttrykte sin sympati med ”sine” respektive partier.

Pressen kan i dag sies å være *avpartifisert*, men ikke *avpolitisert*. De er i høyeste grad opptatt av å sette sin egen dagsorden i politikken, og er ikke lenger avhengige av å støtte enkelte partier. Dette er i tråd med det synet som kommer til uttrykk i NOU-rapporten *Pressepolitikk ved et tusenårsskifte* (NOU 2000: 15). Her sies det at Norge fortsatt har en politisk differensiert presse, men at pressen ikke lenger er knyttet til de politiske partiene. Tilknytningen i dag er snarere til de politiske hovedretningene; det være seg arbeiderbevegelsens grunnsyn, konservative og liberale etc. Dette synet kan tydelig knyttes til Dagsavisens holdning til regjeringsspørsmålet i 2001. Dagsavisen var her lojale mot Ap og venstresiden, men hadde ingen formelle bindinger til noe parti. VG og Aftenposten, på den annen side, kan derimot ikke sies å ha noen politisk tilknytning når det gjelder regjeringsspørsmålet. Men avisene er fortsatt *politiserte* i betydningen å være opptatt av politikk, og opptrer på mange måter som politiske aktører. Jeg har ikke funnet dekning for hvorvidt Aftenposten i dag har en grunnleggende, konservativ verdiforankring, men spørsmålet kan jo være interessant å følge opp i videre studier.

Utviklingen fra 1969 og frem til 2001 passer godt inn i beskrivelsen der man peker på at valgkampene har gått fra å være partistyrte til å bli mediedrevne (Bjørklund 1991). De politiske partienes stilling under valgkamper er svekket, og istedenfor at partiene er i førersetet, er det nå massemedia som har tilrevet seg en mektig og uavhengig posisjon under valgkampene. Massemediene, som tidligere var sterkt influert av de politiske partiene, følger nå hovedsakelig sin egen kurs. Dette kommer klart til uttrykk ved at mediene i dag er mer opptatt av å sette sin egen dagsorden, uavhengig av de politiske partienes preferanser. Utviklingen er klart i retning av en mer selvstendig, politisk aktørrolle, der mediene i større grad styrer og former den politiske debatten. Et annet kjennetegn på moderne valgkamper, som også gjør seg gjeldende i mitt materiale, er at media nå selv i stor grad som bestemmer hvem de vil intervju, hvilke temaer de vil snakke om og på hvilken måte de ønsker å vinkle saken. Tidligere var det i større grad partiene som bestemte hva pressen skulle skrive om, og på hvilken måte dette skulle fremstilles i media.

5.2.3 Fra partifokus til personfokus

I forbindelse med regjeringsspørsmålet kan man se en klar utvikling i mediedekningen fra fokus på *parti* til å mer og mer fokus på *politikerne*, og da spesielt partilederne. I 1969 var det riktignok to politikere som skilte seg ut i dekingen – Borten og Bratteli – men det allmenne bildet viser at det er først og fremst partiene som i størst grad blir omtalt. Som vi så i forrige kapittel var partilederen for Høyre, Lindebrække, nesten helt usynlig i valgkampen. Også Venstres leder Garbo og KrF-leder Korvald var sjelden på trykk i avisene. Det betyr at lederne for tre av de fire regjeringspartiene var lite framme i pressens valgkampdekning.

Ved valget i 2001 har bildet endret seg betraktelig. Nå er pressen mest opptatt av ”Jens”, ”Kristin”, ”Petersen” og ”Bondevik.” Personen virker noen ganger å være uavhengige av sitt parti, og pressen er mer opptatt av hva *Jens* vil foreta seg nå og hvem *Bondevik* vil samarbeide med, enn hva partiet mener. Spesielt kampen om

hvem som skulle bli statsminister ble fulgt med argusøyne under valgkampen i 2001. Aftenposten kjørte for eksempel en artikkelserie som de kalte "Statsministerkampen", der Bondevik, Petersen og Stoltenberg ble portrettert og tatt nærmere i øyesyn. I portrettet av Jens Stoltenberg (*Aftenposten* 2/9-2001) ble den daværende statsministeren fulgt av en journalist i fire dager. Her ble Stoltenbergs minste bevegelse og uttalelse fulgt ned til minste detalj. Dette er illustrerende også for de andre avisene. Et annet eksempel er at det jevnlig ble offentliggjort meningsmålinger om hvilken politiker som på ulike tidspunkt var den mest populære statsministerkandidaten. VG skriver for eksempel:

"Selv om Ap fortsatt ser katastrofetall på meningsmålingene, kan statsminister Jens Stoltenberg sole seg i økt personlig popularitet." (VG 30/-2001).

Dette sitatet er ganske treffende med tanke på dekningen av regjeringsspørsmålet i dagens moderne valgkamp. Selv om Arbeiderpartiet gjorde en meget dårlig valgkamp, ble Stoltenbergs innsats rost opp i skyene av mediene. Dagsavisen var også opptatt av dette spørsmålet, og kunne for eksempel fortelle:

"Hele 40 prosent ønsker seg Bondevik som ny statsminister etter valget, uavhengig av hvilket parti de ellers stemmer på." (Dagsavisen 16/8-2001).

Vi ser her at personen er mer i fokus, og at partiene enkelte ganger kommer i bakgrunnen. Dette er en stor endring fra tidligere valgkamper, der partiet var i sentrum.

Et annet element som også henger sammen med medienes *priming*-funksjon er deres evne til å *usynliggjøre* saker, partier eller politikere. Dette er på mange måter et like sterkt middel som å fremheve saker og personer. Medienes muligheter til å usynliggjøre aspekter i samfunnet er like viktig som deres evne til å belyse utvalgte saksområder (Waldahl 1999: 218-220). På samme måte gjelder dette til en viss grad for partienes og politikernes synlighet. Venstre og Sp er eksempler på to partier som

fikk lite oppmerksomhet i valgkampen 2001, og som begge mistet mandater ved dette valget.³⁴ Noe av grunnen til det kan være at ingen av partiene hadde noen fanesak som de klarte å fronte i denne valgkampen, i motsetning til for eksempel valgkampen i 1993 da Sp gjorde sitt historisk beste valg på grunn av EU-saken. Mediene konsentrerte seg mest om Ap, Høyre og SV ved dette valget, noe som igjen fikk svært ulike konsekvenser. SV gjorde sitt beste valg noensinne (12,4 prosent), mens Ap gjorde sitt historisk dårligste valg (24,4 prosent). Høyre gjorde også et godt valg og gikk fram 6,9 prosent, og endte på til sammen 21,2 prosent.

5.3 Skatter og avgifter – viktigste stridsspørsmål i 1969

Skatter og avgifter var et tema pressen var svært opptatt av i 1969. De tre avisene i utvalget viet gjennomsnittlig 16,4 prosent av sin dekning til dette temaet. VG hadde den minste andelen med 13,8 prosent, mens Arbeiderbladet hadde størst med en andel på 18,5 prosent. Aftenposten lå på gjennomsnittet med 16,4. Det som er verdt å merke seg er måten de ulike avisene valgte å fremstille dette temaet på. Stridens kjerne var debatten omkring regjeringens forslag til ny skattereform. Arbeiderpartiet ville ikke godta dette, og lanserte sin egen alternative skattereform.

Selv om alle hadde som mål å lage et nytt skattesystem, var de samtidig svært uenige om hvilken politikk som var den riktige for å gjennomføre målet. I slike spørsmål står ofte kampen mellom hvem som er best egnet til å gjennomføre en allment akseptert politikk sentralt. Spørsmålene man stiller seg er; hvilket parti kan man stole på, og hvilket parti er i stand til å følge opp løfter?

I denne valgkampen var det klare motsetninger i pressens fremstilling av hvilket parti som var best egnet til å gjennomføre en slik skattereform. Arbeiderpartiet lanserte således sin egen "skattepakke" som et alternativ til regjeringens vedtatte skattereform. Aftenposten og VG forsvarte regjeringens linje, mens Arbeiderbladet støttet

³⁴ Venstre mistet hele fire av seks mandater, mens Sp mistet ett mandat.

Arbeiderpartiet. I tillegg fikk regjeringen en annen betent sak på bordet. Arbeidernes Pressekontor hadde kommet over et internt regjeringsdokument som inneholdt budsjettmessige spørsmål, blant annet om avgiftsforhøyelser, som ikke var gunstig for Regjeringen. Denne budsjettlekkasjen ble også diskutert heftig i avisene i forkant av valget, og også her var fremstillingen svært forskjellig i de ulike avisene.

Denne saken er gjenstand for diskusjon under punkt 5.4, der jeg sammenligner dekningen omkring *budsjettlekkasjen* med *sykelønnssaken* fra 2001. Jeg vil under neste punkt diskutere *skattereformen*, og se hvordan denne saken ble fremstilt i de ulike avisene.

5.3.1 Skattereformen

Koalisjonsregjeringens forslag til ny skattereform var under omfattende debatt på tross av at den allerede var vedtatt av Stortinget og skulle settes ut i live i januar 1970. Arbeiderpartiet lanserte likevel sin egen ”skattepakke”, noe som gjorde denne saken til et viktig og mye debattert tema i valgkampen. Den borgerlige pressen var imidlertid ikke enige i at det forelå to like fullstendige, like klare og like forpliktende alternativer til reform av det norske skattesystemet. Aftenposten mente at den borgerlige skattemodellen hadde kommet i stand etter inngående overveielser og drøftelser, og understreket samtidig at den hadde alle regjeringspartienes samlede tilslutning. De viet ikke Arbeiderpartiets skatteopplegg like mye tillit:

”Fra opposisjonens side foreligger ingen tilsvarende analyse og konklusjon. Det såkalte alternativ som Arbeiderpartiet opererer med er et taktisk utspill som ikke – meget omhyggelig ikke – gir noen beskjed om hvordan beskatningen til syvende og sist vil bli, dersom velgerne skulle betro Arbeiderpartiet regjeringsmakten for de neste fire år.”
(Aftenposten 25/8-1969).

Arbeiderbladet, på sin side, hadde en ganske annen oppfatning i sin lederartikkel:

”Det foreligger to klare og forpliktende alternativ: Koalisjonens skattepakke og Arbeiderpartiets totale opplegg” (*Arbeiderbladet* 15/8-1969). Arbeiderpartiet

anmodet endog NRK til å lage et debattprogram som omhandlet de to

”skattepakkene.” Dette ble aldri noe av, ettersom NRK og koalisjonsregjeringen ikke

ville stille opp i en slik debatt. Aftenposten og VG valgte å ikke ta Arbeiderpartiets forslag veldig seriøst, og kalte det ”overbudspolitik”:

”Skal skattespørsmålet drøftes i kringkastingen, slik Arbeiderpartiet nå har bedt spesielt om, får partiet finne seg i at det er hele skatteproblemet, og ikke partiets overbud, det bør dreie seg om.” (VG, leder, 15/8-1969).

”Det såkalte alternativ representerer overbudspolitikken i dens enkleste form, og valgflesket i dets mest forgjengelige form.” (Aftenposten, leder, 25/8-1969).

Det som er interessant i denne debatten mellom partiene, og mellom avisene, er den totalt ulike fremstillingen de gir av de to ”skattepakkene.” Avisenes fremstilling er forbausende forskjellig, noe som kommer til uttrykk i både leder- og nyhetsartikler. Simensen (1999: 9) mener at man i partipressens tid hadde parallelle interesser mellom parti og presse. På samme måte som partiene debatterte seg i mellom, polemiserste avisene mot hverandre. På denne måten kan man si at man fikk et politisk og demokratisk mangfold, hevder Simensen. Noe som er helt klart er at avisene, i skattespørsmålet, hadde klare politiske føringer.

Arbeiderparti-pressen fokuserte spesielt mye på innføringen av *merverdiavgift* (*moms*) i forbindelse med regjeringens nye skattereform. Her ble det hevdet at spesielt to grupper ville bli økonomisk skadelidende, nemlig folk med lave inntekter og familier med mange barn (Martinussen 1972: 178). De som ville profitte på det nye skattesystemet var selvstendig næringsdrivende og folk med høye inntekter, mente venstresiden. I tillegg til å kritisere det nye skatteopplegget til koalisjonsregjeringen, benyttet de også anledningen til å svartmale regjeringens lønns- og skattepolitikk de siste fire årene.

”Disse tallene viser at reallønnen har steget atskillig sterkere for folk med virkelig høye inntekter enn for de grupper som har et mer alminnelig inntektsnivå.

”Det borgerlige skatte-opplegget vil ikke gjøre ulikheten i de disponible inntektene mindre hvis koalisjonen vinner valget. Alt tyder på at skjevhetene vil bli større.” (Arbeiderbladet, leder, 3/9-1969).

Den regjeringsvennlige avisen Aftenposten repliserte, og pekte på utjevningstiltak som ville veie opp for innføringen av moms. Man fokuserte her blant annet på lavere skatter som et kompensasjonsmiddel, noe handelsminister Kåre Willoch fikk uttale seg fritt om over en helside i Aftenposten:

"Det ville slett ikke være til det beste for folk å bevare et skattesystem som fører til at overtid og lønnstillegg belastes med langt større skatt enn resten av inntekten. Skattereformen betyr at vi får beholde mer av ekstrainntekter og mer av lønnstillegg." (Aftenposten 22/8-1969).

Aftenposten er også på lederplass opptatt av å informere om at innføringen av moms ikke særskilt vil belaste folk med lave inntekter. Det pekes på at den prisstigningen som vil komme som følge av innføringen av merverdiavgift vil bli kompensert med skattelettelser, trygdeytelser og andre virkemidler.

"For det første forutsettes skatteomleggingen som helhet i seg selv å skulle oppveie den prisstigning som følger av overgangen fra direkte til mer indirekte beskatning." (Aftenposten 20/8-1969).

Arbeiderbladet velger i sin fremstilling av skattepolitikken også å trekke fram det store "skattesnyteriet", som de mener er en konsekvens av koalisjonens feilslåtte politikk. De anklager de borgerlige avisene for å tie i hjel dette problemet, som de hevder koster samfunnet kjempemessige summer i året. Det er ikke de vanlige lønnstakerne som stikker av gårde med disse pengene, men snarere de gruppene av befolkningen med høyere inntekter, blir det hevdet. Samtidig trekker de fram Arbeiderpartiets politikk på området, og understreker i en lederartikkel at partiet vil arbeide for å komme det omfattende skattesnyteriet til livs.

"Arbeiderpartiet forsøker å legge opp til et system som kan fjerne den grove skjevheten. Det borgerlige opplegget vil ikke redusere, men heller øke mulighetene for skattesnyteri. Her ligger vel årsaken til den borgerlige tausheten og den uviljen til en bred og saklig debatt om disse problemene." (Arbeiderbladet 15/8-1969).

Aftenposten og VG er på sin side opptatt av å avvise denne påstanden, og velger å svare på kritikken på lederplass dagen etter. Her erkjennes det at skattenyteri er et

problem, men at det foregår innenfor alle grupper av samfunnet, og ikke bare i de høyere lag av befolkningen. I tillegg hevdes det at den nye skattereformen kan være med på å bekjempe skattesnyteri.

”Det første som virkelig kan monne, skjer i og med den skatteomlegging som Arbeiderpartiet retter så voldsom kritikk mot. Det er så enkelt som fot i hose at når den direkte skatten reduseres, blir det mindre noen kan snyte unna på den.” (VG 16/8-1969).

De foregående eksemplene er gode illustrasjoner på hvordan de ulike avisene vektlegger utvalgte egenskaper ved en sak, og utelater andre. Vinklingen er svært ulik, og avisene er i dette spørsmålet helt i tråd med sine politisk allierte.

Arbeiderbladet fokuserer på at forskjellene mellom gruppene med høy inntekt og de med lav inntekt vil bli enda større som følge av regjeringens skatteopplegg, mens de samtidig nedtoner de positive sidene ved reformen. Aftenposten og VG vektlegger derimot at folk flest vil tjene på den nye ordningen, og at innføringen av moms vil bli kompensert gjennom andre utjevningstiltak. Dette handler altså om sakens vinkling; *framing*. Avisenes politiske profil legger her klare føringer på hvordan saken blir vinklet, noe som gjør at budskapetets fremstilling blir åpenbart for leserne.

Et annet aspekt som også sorterer under temaet *skatter og avgifter* var den såkalte ”budsjettlekkasjen”, som også viste tydelig hvordan de ulike avisene valgte å vinkle den samme saken på helt ulike måter. Jeg vil under neste punkt diskutere denne saken opp i mot den såkalte kampanjejournalistikken, og undersøke i hvilken grad pressen her prøvde å svartmale regjeringens troverdighet. Jeg vil samtidig sammenligne med *sykelønnssaken* fra 2001, der pressen også drev en slags kampanje mot Arbeiderparti-regjeringens troverdighet.

5.4 Pressen som politiske aktører

Bar mediernes dekning av disse to sakene preg av kampanjejournalistikk? I hvilken grad kan mediene i disse sakene oppfattes som en *politisk aktør* som prøvde å påvirke og sette regjeringens troverdighet under lupen? Dette er spørsmål som melder

seg når man analyserer henholdsvis problemstillingene omkring ”budsjettlekkasjen” fra 1969 og sykelønnssaken fra 2001. De to sakene har en del fellestrekk, og egner seg derfor bra som undersøkelsesenheter når jeg nå skal drøfte medienes politiske aktørrolle, og samtidig skal se på aktørrollens utvikling over tid.

Før jeg går i gang med selve drøftelsen kan det være hensiktsmessig å si noen ord om hva disse sakene handlet om. Den såkalte ”budsjettlekkasjen” fra 1969 hadde sin opprinnelse i et internt regjeringssdokument som stammet fra Finansdepartementet. Dette dokumentet inneholdt opplysninger om budsjettmessige spørsmål. Noen av opplysningene kunne gi uttrykk for at regjeringen Borten hadde som hensikt å blant annet sette opp avgiftene mer enn det som var foreslått i det kommende statsbudsjettet. Det var Arbeidernes Pressekontor som hadde fått tilgang til dokumentet som altså skapte stor blest og diskusjon i denne valgkampen.

Når det gjelder *sykelønnssaken* hadde denne debatten også opphav fra et internt regjeringssdokument. Det gikk her i korte trekk ut på at Arbeiderpartiet, som da var i regjering, hadde vurdert å kutte i sykelønnsordningen. Dette var en spesiell sak ettersom Ap i valgkampen ble sett på som sykelønnens varmeste forsvarere, og samtidig hadde partiet ved flere anledninger kritisert Høyre for ønske om kutt i den samme sykelønnsordningen. Valgkampen tok altså en dramatisk vending da VG, sammen med Dagens Næringsliv, avslørte at en slik diskusjon også hadde forekommet i Ap, og valgte å sette saken på topp på dagsorden. Arbeiderpartiet innrømmet at de hadde diskutert kutt, men at de likevel hadde kommet frem til at de ville beholde sykelønnsordningen i sin opprinnelige form.

Felles for disse to sakene synes å være pressens ønske om *avsløring*. Ved begge tilfeller ønsket pressen å avdekke fakta som til dags dato ikke hadde vært tilgjengelig for allmennheten. Thorbjørnsrud (2001: 52-53) finner i sin undersøkelse av politiske journalister at ”avsløringene om politikkens skjulte side” er et av den politiske journalistikkens høyest prioriterte områder. Det vil si at pressen prioriterer å fortelle om maktkamp og intern strid i partiene, eller avsløring av brudd mellom liv og lære i forhold til gjeldende lov eller mer allmenne normer.

Det finnes likevel en viktig forskjell når det gjelder pressens motiv for å avsløre politikkens skjulte sider ved disse sakene. I 1969 var det i Arbeiderpartiets interesse at Arbeidernes Pressekontor valgte å offentliggjøre lekkasjen fra Finansdepartementet, og denne saken ble således brukt som et middel for å undergrave regjeringen Bortens tillit. I 2001 var det ingenting som tydet på at VG ønsket å skade Arbeiderpartiet til fordel for noen av de andre partiene. VG forsvarte faktisk kutt i sykelønnsordningen, men ikke det faktum at partiet valgte å skjule sine drøftelser i saken. Dette er et viktig trekk ved moderne valgkamp, nettopp at pressen ønsker å få alle kort på bordet i alle saker. På denne måten kan man si at mens det var partiene som styrte dagsorden i 1969, er det i nyere tid mediene som i større grad bestemmer hvordan dagsorden skal se ut. Dette er et resultat av den avpartifiseringsprosessen som har foregått, hvor pressen i dag ikke er avhengige av noen politiske partier, og derfor velger å vinkle stoffet ut i fra sine egne kriterier.

5.4.1 Budsjettlekkasjen

Budsjettlekkasjen ble altså avslørt av Arbeidernes Pressekontor midt under valgkampen i 1969. De borgerlige avisene, VG og Aftenposten, var raskt på banen og anklagde pressekontoret for å utnytte disse opplysningene til Arbeiderpartiets fordel i valgkampen. Det var, i følge pressekontoret politikere, og ikke embetsmenn, som hadde lekket opplysningene til pressen, men Arbeidernes Pressekontor ønsket å holde kilden konfidensiell. Aftenposten og VG hevdet samtidig at pressen plikter å verne om sine kilder, og at man kanskje heller ikke i dette tilfellet skulle kreve kildens opphav. VG hadde ikke mye til overs for en slik type lekkasje fra politisk hold, og uttrykte følgende i en lederartikkel:

”De har altså orientert en politisk motstander om ting som var så hemmelige at avisene innenfor regjeringskoalisjonen ikke hadde fått det minste vink om dem, enda det ikke kunne være skygge av tvil om at opplysningene omgående ville bli utnyttet i Arbeiderpartiets valgkamp” (VG 30/8-1969).

Heller ikke Aftenposten var særlig begeistret for denne lekkasjen fra departementet, men rettet samtidig skytset mot arbeiderpressen som de hevdet ”utnytter et dokument som er aldeles verdiløst som underlag for spekulasjonene om hva neste statsbudsjett inneholder på avgiftssiden” (*Aftenposten*, leder, 1/9-1969). Aftenposten opptrer her som en slags ”brannslukker” for Regjeringen, og anklager arbeiderpressen for å ha hatt ”dette stjalne dokument i sin besittelse i månedsvis” (*ibid.*). Avisen er i sin forargelse over arbeiderpressen samtidig opptatt av å tone ned denne ”avsløringen” om avgiftsforhøyelser:

”Forslaget til nytt statsbudsjett vil i disse dager være så godt som ferdig fra Regjeringens hånd. Det er helt på det rene at de avgifter som det det fortrolige notatet behandler ikke vil bli foreslått forhøyet” (ibid).

Når det gjelder arbeiderpressen har de naturligvis et ganske annet syn på denne saken. Arbeiderpressen, her representert ved Arbeiderbladet, opptrer på mange måter som en politisk aktør i saken. De bruker det hemmelige notatet for alt det er verdt, og kjører en slags føljetong på saken. Blant annet er følgende overskrift å lese på forsiden til Arbeiderbladet: ”Hemmelig avgiftsopplegg lekket ut fra Regjeringen. Dundrende underskudd på 1970-budsjettet” (*Arbeiderbladet* 30/8-1969). Dette viser tydelig at avisen velger å vinkle saken på en annen måte enn for eksempel VG og Aftenposten. På følgende forside viser også dette seg tydelig:

”Taushet-stemplede opplysninger om en omfattende avgiftspakke som Regjeringen – etter forslag fra finansminister Ole Myrvoll – skulle settes ut i livet samtidig med MOMS’en er lekket ut fra Regjeringens krets” (Arbeiderbladet 30/8-1969).

Her ser vi tydelig at Arbeiderbladet ønsker å sette fokus på Regjeringens troverdighet, eller mangel på sådan, og således peke på informasjon som etter sigende har blitt holdt hemmelig for offentligheten. Arbeiderbladet synes å bruke dette hemmelige dokumentet som et middel for å påvirke opinionens syn på Regjeringens skattepolitikk. Her kommer tydelig pressens *framing*-effekt til sin rett – Arbeiderbladet vinkler saken på en helt annen måte enn både VG og Aftenposten. På

denne måten trekker de fram opplysninger som gagnar deres formål, og utelater andre sider ved saken, som for eksempel at innholdet i dette dokumentet aldri ble en realitet. VG, derimot, vinkler saken annerledes, og peker på det *tillitsbrudd* som er vist fra en representant fra Regjeringens krets, og ikke selve innholdet i dokumentet som det sentrale i saken:

”Det sentrale i saken er det grove tillitsbruddet som er vist – uansett hvem som har ansvaret for det. Om det er riktig av pressen å offentliggjøre ting som en vet stammer fra hemmelige dokumenter, er et spørsmål som må avgjøres konkret i hver enkelt sak. Men det er klart at en må være uhyre varsom med å offentliggjøre ting som har med statens finanser å gjøre, dersom det for eksempel kan gi støtet til et kjøperush, fordi det synes aktuelt å legge økte avgifter på visse varer” (VG, leder, 30/8-1969).

Mens VG her peker på tillitsbruddet som er utvist fra departementets side som det sentrale i denne saken, fokuserer Arbeiderbladet på selve innholdet i dokumentet og dets konsekvenser. Samtidig hevder VG at man skal være varsomme med å offentliggjøre sensitive ting som har med statens finanser å gjøre.

Arbeiderbladet kan i dette tilfellet sies å opptre som en politisk aktør, men *på vegne* av Arbeiderpartiet. Det betyr at man i denne sammenheng må oppfatte Arbeiderbladet som en *avhengig, politisk aktør*. Avisen opptrer som en slags representant for Arbeiderpartiet og deres politikk. Dette kan også ses i sammenheng med Sigurd Allerns ”trange” definisjon på *politiske aktører*, der han begrenser det politiske aktørbegrepet til de som er direkte engasjert i politiske prosesser, debatter og konflikter, inkludert i nyhetsmedienes politiske opinionsdanning (Allern 2001: 62). I denne saken kan man si at Arbeiderbladet opptrådte som en aktør, med den hensikt å sette Regjeringens skattepolitikk på dagsorden. Samtidig prøvde man å sette Regjeringens troverdighet i et dårlig lys.

Aftenposten, på den annen side, er opptatt av å begrense ”skadevirkningene” av lekkasjen. De retter også kraftig kritikk mot hvordan arbeiderpressen har valgt å gå ut med denne saken på. Deres formål er helt klart å støtte regjeringen, og de ønsker således å dementere en del av påstandene fra den ”sosialistiske presse”:

”Fordi et diskresjonsbrudd er blitt utnyttet av opposisjonspressen til omfattende spredning av falske rykter om avgiftsforhøyelser på neste statsbudsjett, har statsministeren og finansministeren for å avverge større skadevirkninger funnet det nødvendig å gi den faktiske opplysning at neste statsbudsjett er satt opp uten slike avgiftsforhøyelser” (Aftenposten, leder, 4/9-69).

Aftenposten kan på denne bakgrunn også sies å opptre som slags aktør for Regjeringen, men ikke i samme grad som Arbeiderbladet. Aftenposten er opptatt av å presisere at dette dokumentet bare var et av mange arbeidsnotater som Regjeringen drøftet, og forkastet. De fokuserer på hva som i realiteten ble utfallet av diskusjonene, og at avgiftsforhøyelsene aldri ble noe av.

Generelt kan man nok si at pressen i denne saken opptrådte som politiske aktører med det formål å overbevise velgerne om at deres politiske motstandere vinglet, og derfor spisset budskapet for å nå frem til flest mulig.

5.4.2 Sykelønnssaken

Sykelønnssaken var svært viktig for Arbeiderpartiet i begynnelsen av valgkampen. Sykelønnen skulle beholdes nesten for enhver pris, og Høyre måtte tåle hard kritikk for sitt forslag til kutt i ordningen. Stoltenberg beskyldte Høyre for å gi folket falske forhåpninger med å love skattelette på den ene siden, og samtidig kutte i sykelønnen på den andre. VG skrev i begynnelsen av valgkampen hvordan Høyre ville gjennomføre kutt, mens Ap ville stå på sitt og beholde ordningen. VG roste Ap for denne taktikken, og skrev følgende i en lederartikkel i begynnelsen av valgkampen:

”Arbeiderpartiet ser i alle fall ut til å ha lyktes godt med trinn én i sitt valgkampopplegg; å så tvil om innholdet i Høyres budskap. Trinn to i Aps strategi er deretter først og fremst å fremheve sin egen politikk. Resten av valgkampen vil vise hvordan det går. Kanskje Høyre kommer fryktelig tilbake” (VG 19/8-2001).

Denne spådommen kan stå som eksempel på hvordan det gikk videre i valgkampen. Høyre kom tilbake, og Ap fikk gjennomgå kraftig i mediene etter at VG avslørte at partiet selv hadde hatt planer om kutt i sykelønnsordningen.

5.4.2.1 VG som selvstendig politisk aktør

Det var altså VG, sammen med Dagens Næringsliv, som først kunne fortelle om Aps interne diskusjoner omkring kutt i sykelønnsordningen. VG skriver: ”Hemmelig dokument avslører Jens-bløff” (VG 25/8-2001). Dokumentet stammer fra et møte ledet av daværende arbeids- og administrasjonsminister Jørgen Kosmo, der diverse innstrammingstiltak i sykelønnsordningen ble diskutert. VG skriver videre at innholdet i dokumentet ikke er til å misforstå, og at regjeringen Stoltenberg på dette tidspunktet hadde klare planer for kutt i ordningen. Grunnen til at det ikke ble gjennomført var, i følge VG, at LO presset Regjeringen og således rådet dem til å ikke røre sykelønnsordningen. Vi ser her hvordan VG prøver å skape et slags ”konfliktforhold” mellom Ap og LO. Her blir det blant annet hevdet at Ap kunne risikert å mistet flere millioner i valgkampstøtte dersom ikke sykelønnsordningen hadde blitt fredet.

”Med trusler og rå makt stoppet den mektige LO-toppen Gerd-Liv Valla Jens Stoltenberg, Jørgen Kosmo og Guri Ingebrigtsens superhemmelige planer om å innføre ”skatt på sykdom”.” (VG 29/8-2001).

VG hadde flere oppslag om det betente forholdet mellom Ap og LO de neste dagene, og kan sies å ha ført en slags ”kampanje” mot regjeringspartiet, der ”LOs strupetak på Ap” (VG 30/8-2001) og ”hysj-forhandlingene” (VG 31/8-2001) var hovedfokus. Denne tilnærmingen, *konfliktorienteringen*, så vi også eksempler på i VGs dekning av regjeringsspørsmålet. Her var det ”sentrumsalliansens” uenigheter som ble satt på dagsorden.

Denne saken ble en slags ”spydspiss” i VGs dekning, og avisen ”primet” den på topp videre i valgkampen. På grunn av det kongelige bryllupet ble saken først fulgt opp noen dager senere, men da med intens styrke, spesielt fra Norges største avis. VG følger opp igjen i en lederartikkel fra 28. august igjen og en uke framover, der mye av valgkampdekningen dreier seg om det hemmelige notatet og Arbeiderpartiets skrantende troverdighet.

"Det var dristig av Stoltenberg ikke å ta noen forbehold i sitt angrep på Høyre, og nå slår det tilbake på ham. Han har mistet troverdighet i en av sine beste valgkampsaker"
(VG 28/8-2001).

I tillegg til at Arbeiderpartiet gikk tilbake på på meningsmålingene etter avsløringen, så ble også Stoltenbergs integritet berørt. At politikken blir personifisert gjennom partienes ledere og frontfigurer er illustrerende for nyere valgkamper. Det er Stoltenberg personlig som blir omtalt og stilt til ansvar, selv om det det var arbeidsminister Kosmo som ledet sonderingene om kutt i sykelønnsordningen. At VG her inntar rollen som politisk aktør er tydelig. Dette er imidlertid ikke noe nytt. Det samme gjorde pressen, som vi har sett, i forbindelse med "lekkasje"-saken i 1969, men med en viktig forskjell. Pressen har nå blitt selvstendig, og uavhengig av de politiske partiene. VG opptrer her som en *selvstendig*, politisk aktør der deres sult etter avsløringer og kritisk journalistikk står i sentrum. Et annet interessant trekk ved saken er at VG, tross massiv kritikk, sier seg enige med Arbeiderpartiets strategi som ble drøftet i dette dokumentet.

"Det er knapt oppsiktsvekkende at en reformvennlig Stoltenberg vurderte endringer. Snarere har det vært lite troverdig at Ap skulle frede ordningen helt og holdent. Men i sin begeistring over å få Høyre på defensiven, gikk Stoltenberg for langt og stilte seg åpen for hogg. Nå må han begi seg inn på et pinlig tilbaketog" (ibid.).

Vi ser med dette at VGs motiv for å "ta" Stoltenberg ikke er selve innholdet i dokumentet, men det at partiet har brukt sykelønnsordningen som et middel for å få Høyre på defensiven, og dermed oppnå "goodwill" blant velgerne. Vi kan derfor tolke det som at avsløringer og det å få alle fakta på bordet er viktig for dagens presseideologi.

Thorbjørnsrud (2001: 52) har undersøkt hvordan praksis og prinsipper gjør seg gjeldende hos politiske journalister i Norge, og peker nettopp på "avsløringer av politikkens skjulte side" som et viktig motiv hos den politiske pressen. Hun skriver: "Det å avsløre politikkens bakscene, det som ikke frivillig vises fram til publikum,

har høyeste prioritet i alle tre aviser”³⁵. Hege Skjeie (2001: 233) har også undersøkt sykelønssaken, og konkluderer med at denne saken inneholdt alle de ”sentrale nyhetskriteriene” som pressen finner interessante. Det betyr at selve det politiske innholdet i saken kom i bakgrunnen, og andre kriterier ble belyst som journalistisk mer interessante. Den inneholdt elementer som kjente personer med makt, konflikt og drama, dårlig strategi, samt illojalitet internt i Arbeiderpartiet. Dette forklarer hvorfor saken fikk de proporsjonene den gjorde, selv om det politiske innholdet ble skjøvet i bakgrunnen. Konflikten mellom LO og Ap, samt ”lekkasje” til pressen, var viktige ingredienser i denne saken.

VG satt saken på toppen av dagsordenen den nærmeste uken etter avsløringen. På denne måten fattet både andre aviser og medier interesse, og saken ble brettet ut i stor skala og fikk således stor betydning i valgkampens videre gang. Denne intense ”primingen” fra media, og spesielt fra VG, kan muligens ha båret preg av en såkalt *kampanjejournalistikk*. Det var ikke bare i leder- og kommentarartikler Ap ble kritisert for sin håndtering av sykelønssaken, men også på nyhetsplass. På bakgrunn av intensitet, prioritering, temavalg og vinkling kan VG sies å ha vært en politisk aktør i denne sammenhengen, og således ført en kampanje, tilsiktet eller utilsiktet, mot Ap. Hvor mye skade saken forvoldte Ap er vanskelig å svare på, men det som er helt sikkert er at partiet fikk et mer negativt fokus rettet mot seg av media generelt etter at saken ble kjent.

5.4.2.2 Dagsavisen og Aftenposten mer avmålte

Det er imidlertid viktig å presisere at de to andre avisene i mitt utvalg, Dagsavisen og Aftenposten, ikke fulgte saken med like stor interesse, verken i omfang eller intensitet. Aftenposten og Dagsavisen brukte en andel på henholdsvis 7,8 og 6,5 prosent på sykelønssaken, mens VG viet 12,4 prosent av sin valgkampdekning til denne saken.

³⁵ Thorbjørnsrud har intervjuet politiske journalister i VG, Dagbladet og Aftenposten.

Dagsavisen har en artikkel dagen etter VGs avsløringer hvor Stoltenberg benekter kutt i sykelønnen. Han presiserer her at en skisse var lagt fram til diskusjon, og avviser at Regjeringen har vurdert å kutte i ordningen (*Dagsavisen* 26/8-2001). Avisen følger opp saken i en lederartikkel et par dager etter hvor de tar Regjeringen i forsvar, og benytter samtidig anledningen til å kritisere Jan Petersens krasse utspill mot Stoltenbergs påståtte planer om kutt i sykelønnen.

”Høyres leder Jan Petersen har ikke fulgt med i timen når han kritiserer statsminister Jens Stoltenberg fordi regjeringen vurderte å kutte i sykelønnsordningen i tråd med innstillingen fra Sandman-utvalget. Det er kjent at regjeringen trengte å gå noen runder, ikke minst sammen med LO, før den konkluderte med å si nei til kutt i sykelønnsordningen. Uansett er det bedre sent enn aldri” (*Dagsavisen* 28/8-2001).

Vi ser at Dagsavisen velger å følge en annen tilnærming enn VG i denne saken. Her blir *utfallet* sett på som det viktigste, ikke hva som ble diskutert på forhånd. Dagsavisens syn i denne saken blir ytterligere presisert i en lederartikkel bare et par dager senere. Særlig Stoltenbergs håndtering av dette blir forsvart av avisen.

”Er det virkelig noe Stoltenberg fortjener ros for så er det at han har vært fast i fisken hele veien når det gjelder sykelønnsordningen. At arbeids- og administrasjonsminister Jørgen Kosmo kan ha sovet i timen og drømt om at det kunne være mulig å få statsminister Stoltenberg, partileder Jagland og LO-ledelsen med på å kutte i ordningen i et valgår, kan så være. ... Statsministeren hadde etter vår mening forhåndskonkludert Sandman-utvalgets innstilling på en god måte. En regjering skal dømmes på hva den foreslår, ikke hva en statsråd må ha tenkt høyt om i et lukket rom” (*Dagsavisen* 30/8-2001).

Hallvard Bakke diskuterer i en kommentarartikkel i Dagsavisen sykelønnssaken, og kritiserer særlig VG for sin framstilling av saken, hvor Ap og Høyre blir likestilt:

”Det er på det rene at verken regjeringen eller Arbeiderpartiet på noe tidspunkt har foreslått å kutte i sykelønnen. Og selv om man hadde gått inn på et forslag, i tråd med Sandman-utvalgets innstilling, ville det vært himmelvidt fra Høyres forslag. Da er det ikke spesielt redelig å framstille det som om regjeringen og Høyre nærmest har stått for det samme. (*Dagsavisen* 3/9-2001).

Denne saken kan ses på som en klar parallell til pressens tilnærming til ”budsjettlekkasjen” i 1969, der VG og Aftenposten forsvarte koalisjonsregjeringen,

mens Arbeiderbladet prøvde å så tvil om Regjeringens troverdighet. Her var også *framingen* avgjørende for hvordan saken ble fremstilt i de ulike avisene. Den gangen var det VG og Aftenposten som tok Regjeringen i forsvar og bagatelliserte selve innholdet i dokumentet. I 2001 var det altså Dagsavisen som valgte å forsvare Arbeiderparti-regjeringen, og de pekte på *utfallet* av saken istedenfor *innholdet* i selve dokumentet.

Ved begge anledninger hadde altså pressen fått tak på et hemmelig regjeringsdokument. Ved begge anledninger ble Regjeringen presset av avisene, og ved begge anledninger kan pressen sies å ha inntatt en politisk aktørrolle. Det var likevel, som jeg har vært inne på, en viktig forskjell: I 1969 var pressen allierte med "sine" politiske partier, og var således en *avhengig* politisk aktør. I 2001 er pressen blitt *uavhengige* i sin politiske aktørrolle. Dette viser i stor grad hvordan pressen har forlatt sin partiavhengighet til fordel for selvstendighet, og samtidig inntatt en viktig rolle som politisk aktør i moderne valgkamper. En rolle som for øvrig skiller seg ganske radikalt fra den rollen pressen hadde i 1969.

5.5 Oppsummering og sammenligning

Jeg har i dette kapittelet sett nærmere på noen utvalgte saker som pressen prioriterte høyest på sin dagsorden i henholdsvis 1969 og 2001. Problemstillingen jeg ønsket å besvare var i hvilken grad pressen vinklet sin valgkampdekning i favør av bestemte saksområder, politiske partier og politikere, og hvordan dette hadde endret seg over tid. Jeg valgte å undersøke *regjeringsspørsmålet* og *skatter og avgifter* fra 1969-valgkampen, og samtidig ta *regjeringsspørsmålet* og *sykelønnssaken* fra 2001 nærmere i øyesyn. Avslutningsvis sammenlignet jeg sykelønnssaken med den såkalte "budsjettlekkasjen" fra 1969, og undersøkte i hvilken grad pressens politiske aktørrolle hadde utviklet seg over tid.

Når det gjaldt *regjeringsspørsmålet* var regjeringalternativene i 1969 relativt klare, mens det politiske landskapet i 2001 var preget av mange, små og mellomstore partier

og mulige regjeringskonstellasjoner. Avisene var i 1969 således opptatt av å fronte ”sine” alternativer, og samtidig svartmale opposisjonspartiene. På den annen side var man i 2001 mer opptatt av å synliggjøre alle tenkelige regjeringsalternativer, og på den måten konstruere konflikter. Også når det gjelder *skattereformen*, som ble mye diskutert i 1969, var det klare forskjeller i fremstillingen i de ulike avisene.

Aftenposten og VG forsvarte den borgerlige koalisjonsregjeringens linje i skattedebatten og støttet deres modell, mens Arbeiderbladet naturligvis støttet Arbeiderpartiets alternative skattemodell.

Den ulike politiske tilknytningen blant avisene kommer tydelig frem når man studerer fremstillingen av stoffet, dvs. *framingen*. Avisenes ulike fokus, for eksempel på Borten-regjeringens arbeid, viser at pressen var å regne som avhengige, politiske aktører. I 2001 er de politiske bindingene så å si borte. Pressen er nå mer opptatt av å sette sin egen dagsorden, få sakene frem i lyset uten å ta parti. Unntaket er her til dels Dagsavisen som på lederplass ved flere anledninger mer enn antyder sitt slektsskap med venstresiden i norsk politikk. Avisen uttrykker også et ønske om en sentrum/venstre-regjering, og anbefaler samtidig velgerne å stemme i mot et høyre-styre. Generelt kan man likevel si at pressen i dag kan regnes som avpartifiserte, selvstendige politiske aktører.

Et annet slående moment er de store forskjellene på meningsinnholdet i lederartiklene sammenlignet med nyhetsartiklene. I 1969 bar lederartiklene preg av avisens politiske og ideologiske standpunkt, og den meningsbærende funksjonen var helt åpenbar. VG skiller seg her ut i forhold til de andre avisene ettersom majoriteten av nyhetsartiklene omhandlet *valgkampen per se*, og således bare var beskrivende, mens lederartiklene ofte var svært politiserte og partiske i sitt innhold. Aftenposten og VG er også svært partiske i sine lederartikler, men er mer klare i sin fremstilling også i nyhetsartiklene. Prioriteringen og fremstillingen av stoffet i nyhetsartiklene bærer på mange måter preg av sin politiske tilknytning og profil. Det er imidlertid tydelig at lederartiklene i disse avisene inneholder en klart større meningsbærende funksjon.

I 2001 finnes det også et klart skille mellom meningsinnholdet i en nyhetsartikkel og i en lederartikkel. Lederartiklene har også her en normativ karakter, mens nyhetsartiklene er av en mer beskrivende art. Forskjellen er imidlertid at lederskribentene ikke like sterkt tar politisk side i debatten, men gir istedenfor uttrykk for avisens selvstendige mening. Denne meningen følger ikke noen politisk ideologi, og kan skifte fra sak til sak. Unntaket er, som vi har sett, Dagsavisen som har rotfestet en ideologi som befinner seg på den politiske sentrum/venstre-siden.

Samtidig som mediedekningen har blitt mer uavhengig, har den også utviklet seg i retning av mer *personfokusering*. I 1969 var det først og fremst de politiske partienes politikk som stod i sentrum, mens man i 2001 var like opptatt av partilederne eller partienes frontfigurer. Det betyr at partiet på mange måter ble personifisert gjennom sin partileder eller frontfigur. Samtidig ble denne personen også i mange tilfeller skilt fra partiet, og betraktet som en selvstendig, uavhengig person. Dette kommer klart til uttrykk når man ser Stoltenbergs store popularitet i sammenheng med Arbeiderpartiets fallende meningsmålinger. Det samme gjaldt for øvrig Bondevik fra Kristelig Folkeparti. Denne tendensen var ikke gjeldende i 1969, der Aps dominans i media var sentralt, i motsetning til Brattelis tilstedeværelse.

Avslutningsvis i dette kapittelet har jeg sett nærmere på *sykelønnssaken* som fikk stor oppmerksomhet i 2001, og ble sammenlignet med den såkalte "budsjettlekkasjen" fra 1969. De to sakene inneholder mange fellestrekk, og egner seg derfor godt som komparative analyseobjekter. Gjennomgangen viste at pressen ved begge anledninger kan sies å ha opptrådt som politiske aktører, men på forskjellige plan. Pressen, og da kanskje særlig Arbeiderbladet, var i 1969 aktører på vegne av sine politiske åndsfrrender. Bindingene mellom avis og parti var i saken om "budsjettlekkasjen" soleklar, og pressen kan her betegnes som *avhengige, politiske aktører*. I overkant av tretti år senere, i 2001, var situasjonen en annen. I forbindelse med sykelønns-saken kan pressen, og da spesielt VG, betraktes som en *selvstendig, politisk aktør*. Vi ser her at aktørrollen har endret seg og utviklet seg i retning av å bli mer mediestyrt.

Tidligere var det partiene som styrte hvordan dekningen forløp, mens de moderne valgkamper bærer preg av at partiene i større grad må danse etter medienes pipe.

Hovedkonklusjonen på dette analysekapittelet er at pressens fremstilling av stoffet har endret seg radikalt fra valgkampen i 1969 til valgkampen i 2001. Bindingene mellom parti og presse, som var svært sterke i 1969, er i 2001 nærmest forsvunnet helt. Pressen har blitt mer profesjonaliserte, og deres rolle under valgkamper er endret fra å være et mikrofonstativ for eget parti, til å bli en uavhengig aktør som ønsker å sette sin egen dagsorden. Det betyr at alle mine tre hypoteser styrkes, og langt på vei bekreftes, i forhold til funnene i dette analysekapittelet. Pressen er stor grad blitt ”avpartifisert”, men ikke ”avpolitisert”, valgkampene har gått fra å være partistyrte til å bli mediadrevne, og endelig har pressen fått en mer selvstendig politisk aktørrolle i valgkampen, i motsetning til tidligere hvor pressen hadde en mer politisk avhengig aktørrolle.

6. KAPITTEL: OPPSUMMERING OG KONKLUSJON

6.1 Innledning

Målet med denne hovedoppgaven har vært å vise hvordan medienes rolle har endret seg i forbindelse med valgkamper. Hovedutfordringen har vært å vise hvordan medienes aktørrolle har endret seg fra partipressens tid og fram til i dag, samt hvilke likheter og ulikheter man kan spore i denne utviklingen. Jeg valgte å sammenligne to valgkamper, 1969 og 2001, og avgrense meg til å se på den skrivende presse, nærmere bestemt Aftenposten, VG og Dagsavisen/Arbeiderbladet, og deres valgkampdekning i de to valgkampene.

Jeg presenterte to ulike teoretiske perspektiver som hver avledet en problemstilling, og disse drøftet jeg i to ulike analysekapitler. Den første problemstillingen tok for seg pressens *dagsorden* under hver av de to valgkampene. Her var målet å kartlegge hvilke saksområder, samt hvilke partier og politikere som fikk mest oppmerksomhet i de to valgkampene. I forlengelsen av dette så jeg på likheter og ulikheter mellom valgkampene. Den andre problemstillingen omhandlet pressens rolle som *politisk aktør*. Det som stod sentralt her var å undersøke i hvilken grad pressens vinkling av stoffet, selve fremstillingsformen, vendte seg i den ene eller den andre retningen. Spesielt forskjellen mellom nyhetsartikler og leder- og kommentarartikler, og forskjellen mellom 1969 og 2001, var interessant i så henseende.

Hovedkonklusjonen i oppgaven er at pressens rolle i valgkamper har endret seg fra å være en *partiavhengig, politisk aktør* i 1969, til å ha blitt en *selvstendig, politisk aktør* i 2001. Dette bildet er tydelig når man undersøker og sammenligner de to valgkampene og ser hvordan avpartifiseringsprosessen har utviklet seg gradvis gjennom disse årene. Konklusjonen er naturligvis unyansert, og angir bare de generelle trekkene i utviklingen. Det finnes selvsagt mange nyanser som blir diskutert i oppgaven.

Jeg vil i dette kapittelet sammenfatte svarene og funnene fra de to analysekapitlene. Formålet er således å oppsummere de to kapitlene for å gi et bilde på hva som er konklusjonene i denne oppgaven. Jeg vil også søke å plassere mine funn og konklusjoner i forhold til allerede eksisterende forskning på feltet, samt forsøke å se om disse funnene kan ha noe å tilføre videre studier.

6.2 Hvilke saker er pressen opptatt av?

Formålet med det første analysekapitlet var i hovedsak todelt. For det første ønsket jeg å kartlegge mediernes dagsorden for valgkampene i 1969 og 2001. Med mediene mener jeg her avisene Aftenposten, VG og Dagsavisen/Arbeiderbladet. For det andre, og som en naturlig følge av det første, ønsket jeg å belyse det komparative aspektet; nemlig å sammenligne de to valgkampene, og parallelt de tre avisenes dekning. Dette gjorde jeg for å peke på forskjeller og likheter i mediedekningen mellom de to valgkampene, samt undersøke hvilken retning, og på hvilken måte, dekningen har utviklet seg.

6.2.1 Pressens strategiske fokus

Blant mine antagelser på forhånd forventet jeg at valgkampen i media hadde utviklet seg i retning av å bli mer ”show-preget” enn tidligere, med større fokus på valgkampen *som sådan*; dens dynamikk og fokus på generelle valgkamparrangementer og hvor de politiske sakene kommer i skyggen av ikke-substansielle saker. Denne antagelsen fant jeg å være bare delvis korrekt. Riktignok har valgkampens innhold endret seg i retning av mer meningsmålinger og evalueringer av politikernes innsats og kommunikasjonsevner. Det å ha en sjarmerende, medievariant og populær leder er blitt stadig viktigere for de politiske partiene. Samtidig er det viktig å understreke at *valgkampen per se* var et større tema i 1969, med en gjennomsnittlig dekning på hele 56 prosent i de tre avisene. Til sammenligning hadde dette temaet en oppslutning på 43 prosent i 2001.

Felles for mediedekningen i begge valgkampene er likevel at spørsmål omkring *valgkampen per se* dominerte i stor grad. Dette fokuset på partienes strategi, opptreden og meningsmålinger kan også betegnes som *horse-race journalism* (Broh 1980). Det skal imidlertid innvendes at dette begrepet mer direkte knytter seg til hvem som topper meningsmålingene, og passer dermed bedre på valgkampen i 2001. Poenget her er likevel at medienes voldsomme fokus på selve spillet i valgkampen, og tilsvarende nedtoning av de substansielle politiske sakene, er felles for både 1969 og 2001. Et interessant poeng i denne sammenhengen er at VG, ved begge valgkamper, skiller seg ut som den avisen med mest fokus på *valgkampen per se*. Hele 74 prosent i 1969 og 49 prosent i 2001 av avisens valgkampdekning dreier seg om dette temaet. Særlig i 1969 skiller VG seg fra de andre avisene, noe som kan ha sammenheng med at nyhetsartiklene nesten utelukkende handlet om *valgkampen per se*.

I tillegg til dette temaet var pressen også veldig interessert i problemstillinger knyttet til *regjeringsspørsmålet*, noe som er felles for begge valgkamper. Disse to temaene kan også benevnes som valgkampens "strategiske fokus" (Karlsen 2003: 32). Det er dette såkalte strategiske fokuset som stjeler aller mest av medienes oppmerksomhet. Spørsmålet omkring mulige regjeringskonstellasjoner opptok spesielt pressen i 2001. Årsaker til det kan være at situasjonen før dette valget var helt åpen, og dermed fikk pressen fritt spillerom for spekulasjoner av en slik art. Gjennomsnittlig 16,5 prosent av dekningen i de tre avisene var viet dette temaet i denne valgkampen. Utallige konstellasjoner ble nevnt av pressen, mens partiene også selv diskuterte ulike alternativer i media. Spørsmål omkring regjeringsmakten var i 1969 også et mye diskutert tema, med en andel på gjennomsnittlig 9,6 prosent. Her skiller imidlertid VG seg ut, og trekker ned snittet med en andel på bare 4,6 prosent. Noe av grunnen kan ligge i VGs selverklærte politiske uavhengighet, i motsetning til Arbeiderbladet og Aftenposten som var viktige støttespillere for henholdsvis Arbeiderpartiet og den sittende koalisjonsregjeringen. Det skal imidlertid innvendes at også VG uttalte sin støtte til koalisjonsregjeringen i flere av sine lederartikler.

6.2.2 Politiske stridsspørsmål

Pressen var ikke bare opptatt av spillet i valgkampen – også mer substansielle, politiske stridsspørsmål stod på dagsordenen. Under valgkampen i 1969 var det spesielt ett tema som skilte seg kraftig ut; nemlig problemstillinger omkring *skatter og avgifter*, med en samlet andel på 16,4 prosent. Både presse og partier polemiserte mot hverandre i dette spørsmålet, og spesielt debatten omkring Regjeringens skattereform preget valgkampen. Her var det klare motsetninger mellom avisene som støttet hver sine parter i den opphetede debatten. I forlengelsen av temaet dukket det også opp en kontroversiell sak som omhandlet en budsjettlekkasje fra Finansdepartementet. Arbeidernes Pressekontor hadde fått tak i et hemmelig dokument som de deretter brukte som et middel i valgkampen. I tillegg var temaer som *økonomiske spørsmål* (5,8 prosent) og *moralske spørsmål* (5,4 prosent) relativt mye omtalte i denne valgkampen.

I 2001 var det *sykelønnssaken*, sammen med *skatter og avgifter*, som grep pressens dagsorden i størst grad, begge med en gjennomsnittlig andel på 8,5 prosent. Disse sakene hang på mange måter sammen med hverandre ettersom statsminister Stoltenberg ved flere tilfeller poengterte at konsekvensene av Høyres skattepolitikk ville føre til en svekkelse av sykelønnsordningen. Årsaken til at sykelønnssaken fikk de dimensjonene den gjorde var jo som kjent at VG avslørte at også Ap hadde diskutert kutt i ordningen. Av andre saker som fanget pressens interesse i nevneverdig grad, kan nevnes *helse- og sosialpolitikk* (7,7 prosent) og *skole- utdanning- og forskningspolitikk* (6,5 prosent).

6.2.3 Hva med partiene og politikernes synlighet?

Jeg valgte også å undersøke hvilke politiske partier og politikere som var mest fremtredende i forhold til medienes dagsorden. Blant *partiene* er det Arbeiderpartiet som skiller seg ut som den klare ener når det gjelder fokus og oppmerksomhet i media, med en andel på over 70 prosent ved begge valgkamper. Den mest nærliggende årsaken er naturligvis at det er Norges største parti. Spesielt i 1969 er

Arbeiderpartiets synlighet overveldende, der Høyre som var nest mest synlig hadde en andel i dekningen på bare 33,5 prosent. En årsak til den voldsomme dominansen i media kan nok være at, i tillegg til å ha ca. 45 prosent på meningsmålingene, Ap var det eneste partiet på sosialistisk side som var av en betydelig størrelse. Faktisk så var Ap det eneste partiet på Stortinget etter valget i 1969 som ikke var i regjering.

I 2001 var dominansen i media atskillig mindre, ettersom partiets velgeroppslutning så å si var halvert i forhold til 1969. De andre partiene var da blitt mer interessante for pressen, og Høyre var igjen det partiet som fulgte tettest bak Ap med en andel i dekningen på 56 prosent. Også mellomstore partier som KrF og SV gjorde seg gjeldende i pressen i denne valgkampen. Stor oppmerksomhet i mediene er imidlertid ikke noen garanti for å gjøre et godt valg, noe Ap viste i 2001 ved å gjøre sitt dårligste valg siden 1924.

I min gjennomgang av *politikernes* synlighet finner jeg interessante forskjeller mellom de to valgkampene. I 1969 var det to partiledere som skilte seg ut – Bratteli fra Ap og Borten fra Sp. Hovedgrunnen til det var nok at disse to kjempet om statsministerposten, og dermed ble hovedaktører for pressen. Lederne for de øvrige partiene kom imidlertid helt i skyggen av Bratteli og Borten, og hadde en jevnt lav synlighet. Min undersøkelse av 2001-valgkampen viser at personfokuset var blitt mer fremtredende, og at pressen i noen grad således valgte å skille politikeren fra partiet. Det betyr med andre ord at pressen har blitt mer opptatt av personene i politikken, og således skjøvet politikkens innhold i bakgrunnen. Det var også en av mine antagelser i forkant av undersøkelsen.

Det var også i 2001 noen politikere som skilte seg tydelig ut når det gjaldt synlighet i media. Arbeiderpartiets Jens Stoltenberg (38,5 prosent), som var statsminister, var hyppigst referert i mediene, mens Kjell Magne Bondevik fra KrF (26,6 prosent) og Høyres Jan Petersen (23 prosent) fulgte deretter. Forskjellen i personfokus kommer tydelig til uttrykk når man sammenligner de to valgkampene, der for eksempel Bratteli, som er mest synlig, er nevnt i 18 prosent av dekningen i 1969, mens Stoltenberg har en andel på hele 38 prosent i 2001. Oppsummeringsvis kan man si at

politikernes synlighet i pressen er relativt sammenfallende med partienes plassering på synlighetsskalaen – med unntak av Borten i 1969 og Bondevik og Bastesen i 2001, som alle er mye omtalt i forhold til partienes størrelse.

6.3 Pressen som politiske aktører

I det andre analysekapittelet tok jeg utgangspunkt i noen av de temaene som pressen satt på toppen av dagsordenen, både i 1969 og 2001. Formålet her var å undersøke i hvilken grad, og på hvilken måte, mediene vinkler bestemte tema og saksområder i en bestemt retning. Hvordan blir sakene vinklet i de ulike avisene, og i hvilken grad har dette endret seg over tid? Det overgripende spørsmålet gjennom hele analysen var å undersøke på hvilken måte medias rolle som politisk aktør hadde endret seg fra 1969 frem til 2001. For å svare på dette valgte jeg, i motsetning til i det første analysekapittelet, å gå mer kvalitativt til verks. Jeg valgte å se nærmere på noen utvalgte tema som jeg mente kunne være med på å illustrere endringene og utviklingen på en god og forklarende måte.

6.3.1 *Priming og framing*

Jeg vil under dette punktet vise hvordan begrepene *priming* og *framing* kom til uttrykk i mitt datamateriale gjennom å vise til min analyse av pressens fremstilling av *regjeringsspørsmålet* ved begge valgkamper, og *skattespørsmålet* i 1969.

Hvordan ble så *regjeringsspørsmålet* presentert og fremstilt i pressen? I 1969 var det i realiteten bare to alternativer å velge mellom; en ren Arbeiderparti-regjering eller en fortsatt borgerlig koalisjonsregjering. I denne valgkampen hadde avisene fortsatt sterke bindinger til de politiske partiene, og vinklet i så måte fremstillingen i favør av ”sine” partier. VG og Aftenposten støttet Borten-regjeringen, mens Arbeiderbladet på sin side støttet Ap. De politiske sympatiene var i dette spørsmålet åpenbare, noe som tydelig kom til uttrykk i avisenes *lederartikler*. VG og Aftenposten fokuserte på Borten-regjeringens positive arbeid og gode resultater de siste fire årene, det gode

samarbeidsklimaet, samt det faktum at Regjeringen hadde flertall i folket og dermed måtte anses for å være det beste alternativet. Arbeiderbladet på sin side valgte å fokusere på de negative sidene ved Regjeringens arbeid. Her ble det blant annet pekt på koalisjonens uklare profil og problemene med å samarbeide og bli enige om en helhetlig politikk. Det var imidlertid ikke bare lederartiklene som ga uttrykk for den mening de ulike avisene stod for. Også de ordinære *nyhetsartiklene* som omhandlet regjeringsspørsmålet var retningsgivende i form av intensitet, vinkling, nyhetsprioritering og temavalg. For eksempel lot avisene "sine" partier slippe til med sine synspunkter, mens de rivaliserende partiene fikk mindre plass.

Felles for avisene var at alle valgte å "prime" dette temaet, og anså det som en viktig sak i valgkampen. **Priming** handler om at medias fokus på bestemte saker også er viktig for hvilke kriterier og aspekter publikum baserer sine vurderinger av politiske aktører på (Waldahl 1999: 218-220). Priming kan, på den ene siden, gjelde medienes fokus på generelle *egenskaper* hos for eksempel politikere. På den annen side kan det gjelde medienes fokus på konkrete *saker*. I mitt materiale kom dette til uttrykk gjennom deres dagsorden, og omtale av politikere og deres egenskaper. For eksempel ble statsminister Borten i 1969 beskrevet som en samlende leder av den konservative pressen, mens Arbeiderbladet pekte på intern strid og Bortens vanskelige oppgave med å samkjøre de fire regjeringspartiene.

I 2001 var spørsmålet om hvem som skulle danne regjering etter valget svært sentralt. Det politiske landskapet var mer uklart med mange små og mellomstore partier. Det var derfor mange ulike regjeringalternativer som ble diskutert. Pressen var naturligvis ikke lenger knyttet til de politiske partiene, og vinklingen fra pressens side var i hovedsak nøytral og balansert. Et slående trekk ved dekningen i 2001 er at pressen, etter mitt skjønn, har blitt mer *konfliktorienterte*. Det vil si at man er opptatt av å synliggjøre og konstruere konflikter mellom partiene. Dette henger på mange måter sammen med antagelsen om at valgkampene har blitt mer mediestyrt, og at partienes kontroll med valgkampene således har forsvunnet. Spesielt VG skiller seg ut som en aktør som er opptatt av å beskrive problemer innad i partiene og avsløre

politiske ”skandaler”. I så måte er pressen i 2001 mer opptatt av å sette sin egen dagsorden, uavhengig av de politiske partiene. Det kan se ut til at agendabyggingen som blir utkjempet mellom mediene på den ene siden, og de politiske partiene på den andre side, har endret seg i favør av mediene fra 1969 til 2001. Også i valgkampen i 2001 så man hvordan medienes *priming* kom til uttrykk i mitt materiale. Dagsavisen valgte å fokusere på regjeringsspørsmålet i stor grad, og samtidig pekte de på et alternativ utgått fra venstresiden som det beste. Dagsavisen var også den avisen i utvalget som viet mest plass til regjeringsspørsmålet med en andel på 20 prosent.

Et annet begrep, som også er en videreføring av teorien om medienes dagsordenfunksjon, dreier seg om medias evne til å fremheve enkelte sider ved en sak og samtidig utelate andre. Dette kalles *framing*, og viser til hvordan mediene tar opp og behandler enkelte saker, noe som var spesielt fremtredende under valgkampen i 1969. Avisene valgte bevisst å vinkle sakene på bestemte måter for å nå frem med sitt, og ikke minst deres sympatiserende parti sitt, budskap. Det sentrale her er ofte å fremheve bestemte årsaker som viktige og utelate andre. For eksempel fokuserte både VG og Aftenposten sterkt på at det borgerlige koalisjonsalternativet var det beste for Norge på grunn av at det hadde flertall i befolkningen. Samtidig valgte de å nedtone det faktum at en regjering med fire partier kan ha vanskeligheter med å utmeisle en helhetlig politikk, noe arbeiderparti-avisen Arbeiderbladet naturligvis valgte å fokusere på.

Også i saken om *skattereformen* kom avisenes forskjellige fokus og fremstilling av stoffet klart til syne. Arbeiderbladet var her veldig opptatt av å fremheve de negative aspektene ved reformen, og pekte spesielt på innføringen av merverdiavgiften (moms). Blant annet ble det hevdet at folk med lave inntekter ville bli skadelidende med innføringen av moms. Her ser vi tydelig at Arbeiderbladet spisser og vinkler saken for å nå frem til sine lesere som i hovedsak befinner seg i denne gruppen. Aftenposten, på sin side, fremhevet at innføringen av momsen ville kompenseres gjennom lavere skatter. Det kan her virke som om avisene skreddersyr sin fremstilling for å tilpasse seg til den rette politiske profil og sin lesergruppe.

I 2001 kom *framingen* mindre til uttrykk i form av støtte til enkelte partier, men desto mer gjennom medias rolle som selvstendig, politisk aktør. Dette vil jeg blant annet redegjøre for under neste punkt.

6.3.2 Fra *avhengig* til *selvstendig* politisk aktør

For å beskrive utviklingen av medias politiske aktørrolle på en illustrerende måte valgte jeg å ta utgangspunkt i to saker – ”budsjettlekkasjen” fra 1969 og sykelønnssaken fra 2001. Disse sakene hadde mange fellestrekk, men var samtidig forskjellige i avisenes fremstilling.

Den såkalte ”budsjettlekkasjen” fra 1969 hadde sin opprinnelse i et internt regjeringsdokument om budsjettmessige spørsmål som hadde blitt drøftet i Finansdepartementet. Her ble det kjent at regjeringen Borten hadde drøftet en større økning i avgiftene i det kommende statsbudsjettet. I 2001 var det Arbeiderpartiet som måtte lide etter at et internt regjeringsdokument hadde nådd mediernes søkelys. Her ble det kjent at Arbeiderparti-regjeringen hadde drøftet kutt i sykelønnsordningen. Dette var kontroversielt ettersom Ap hadde fremstått som denne ordningens fremste forsvarere i forkant av valget.

Felles for begge disse sakene var at pressen ved begge anledninger fikk tak i et internt regjeringsdokument, og valgte å offentliggjøre det i pressen. I forbindelse med ”budsjettlekkasjen” hevdet Aftenposten og VG at Arbeidernes Pressekontor prøvde å utnytte disse opplysningene til Arbeiderpartiets fordel i valgkampen. De mente at det fortrolige notatet i seg selv var verdiløst ettersom Regjeringen ikke hadde gått inn for å øke de avgiftene det var snakk om. Arbeiderbladet valgte å vinkle saken på en annen måte, og fokuserte på hvilke konsekvenser dette ville fått dersom avgiftsforhøyelsene hadde blitt en realitet. Vi ser dermed at lekkasje-saken her blir brukt som et middel av Arbeiderpressen for å svekke Regjeringens tillit i skattepolitikken. På denne måten kan man si at valgkampen i 1969 i høy grad var *partifisert* i betydningen nære bindinger mellom parti og presse.

I 2001 derimot ser vi klare tegn på at pressen har blitt *avpartifisert*, noe som kan illustreres gjennom den meget omstridte *sykelønnssaken*. ”Avpartifisering” betegner den prosessen hvor aviser har gått fra å være partipolitiske organer og sterkt politiske i sitt innhold, til å bli reelt og formelt uavhengige av partier (Simensen 1999: 14). Det betyr imidlertid ikke at pressen i dag er avpolitiserende – uten politisk innhold og verdigrunnlag – noe som viser seg i Dagsavisens ideologiske orientering. I forbindelse med sykelønnssaken var det altså VG som avslørte regjeringen Stoltenbergs hemmelige diskusjoner omkring kutt i ordningen. Her var ikke VGs motiv å ”ta” Regjeringen motivert av politiske bindinger til andre partier, men snarere dreide det seg simpelthen om deres evne og vilje til avsløringer av politikkens skjulte sider. Dette viser også at valgkampene har gått fra å være *partistyrte* til å bli *mediedrevne*, der mediene nå i stor grad bestemmer den politiske dagsordenen.

En annen viktig forskjell mellom de to valgkampene er at fokuset nå er flyttet mer i retning av *personen* – det vil si at mediepresset på for eksempel partilederne er større i dag enn i 1969. Personfokuset kommer til uttrykk når man sammenligner disse to sakene. I 1969 er det Regjeringen som må ta støyten, mens det i 2001 er statsminister Stoltenberg som må ta hovedansvaret for Arbeiderpartiets vingling. VG skrev for eksempel følgende i en lederartikkel:

”Det er knapt oppsiktsvekkende at en reformvennlig Stoltenberg vurderte endringer. Snarere har det vært lite troverdig at Ap skulle frede ordningen helt og holdent. Men i sin begeistring over å få Høyre på defensiven, gikk Stoltenberg for langt og stilte seg åpen for hogg. Nå må han begi seg inn på et pinlig tilbaketog” (VG 28/8-2001).

Oppsummeringsvis kan man si at pressen helt klart har gått fra å være en *kanal* til å bli en *aktør* i den moderne valgkampen, der pressen selv bestemmer dagsordenen og på hvilken måte stoffet skal presenteres på. Likevel kan man si at pressen, i forbindelse med ”budsjettplekkasjen”, opptrådte som politiske aktører, men som *avhengige, politiske aktører*. I forbindelse med sykelønnssaken ser vi helt klart at pressens rolle har utviklet seg som en konsekvens av avpartifiseringen, og blitt *selvstendige, politiske aktører*.

6.4 Hva nå?

Mine funn i denne oppgaven er på ingen måte revolusjonerende eller overraskende, men hovedsakelig i tråd med forventningene og eksisterende forskning på feltet. Pressens politiske aktørrolle har utviklet seg i takt med den *avpartifiseringsprosessen* som, i følge Østbye (1997: 224) og Simensen (1999: 99), startet allerede på begynnelsen av 1970-tallet. Da banet mediene vei for en mer aktiv og selvstendig rolle på den politiske arena. Det som likevel kan karakteriseres som en styrke ved denne oppgaven er den empiriske gjennomgangen av pressens, eller mer presist VG-, Aftenposten- og Dagsavisen/Arbeiderbladets, valgkampdekning i 1969 og 2001. Her ser vi store forskjeller. Det finnes ikke like mye empiri fra tidlige valgkamper sammenlignet med moderne valgkamper, og denne oppgaven kan således være et nyttig bidrag.

Gjennomgangen av avisenes dekning av valgkampene støtter i all hovedsak de teoretiske perspektivene og bidragene jeg har redegjort for i kapittel 1. Østbye (1997) skisserer som nevnt medienes utvikling i tre faser – *kanal via arena til aktør* – noe som viser seg å komme tydelig fram i mitt materialet. Mens pressen tidligere hovedsaklig kunne betraktes som et talerør og en kanal for partiene, er pressen i dag helt klart en aktør på den politiske scene hvor ulike meninger kommer til uttrykk. Bjørklund (1991) peker på en utvikling der valgkampene har gått fra å være *partistyrte til å bli mediedrevne*. Dette perspektivet finner helt klart også støtte i mitt materiale, der man for eksempel ser at mediene i dag er mer opptatt av å sette sin egendefinerte dagsorden istedenfor å la seg diktere av de politiske partiene.

Det er i dag en allmenn akseptert oppfatning at pressen, og media generelt, må betraktes som en selvstendig og politisk uavhengig aktør i samfunnet. Det har heller ikke vært noe mål å rokke ved dette synet i denne oppgaven, men snarere å vise hvordan prosessen har artet seg når det gjelder medias rolle i valgkamp. Timothy Cook (1998: 84) hevder i forlengelsen av aktørbegrepet at mediene også må kunne betraktes som en selvstendig, politisk *institusjon*. Cook hevder at selv om mediene i dag ikke følger noen partipolitiske preferanser, men snarere prøver å etterstrebe

objektivitet, er mediene likevel aktører med sine interesser og verdier. Han mener at media i dag kan kalles en samfunnsmessig institusjon. Nyhetsmediene er, i følge Cook, en kanal for offentlig kommunikasjon og informasjon, noe som igjen er viktig for det politiske demokratiet. Media opptrer således på mange måter som en ”vaktbikkje” overfor offentlige myndigheter, og reiser debatt og sprer informasjon om viktige samfunnsspørsmål (Allern 2001: 43). Perspektivet kan støttes av mine empiriske funn i denne oppgaven. Sykelønnssaken er et tydelig eksempel på at pressen, og særlig VG, i valgkampen 2001 opptrådte som ”vaktbikkjer” overfor Arbeiderpartiet og deres håndtering av saken. Vi så her at VG kjørte hardt på saken selv om avisen i utgangspunktet ikke var noen uttalt motstander av kutt i sykelønnsordningen. Avisens vilje til å avsløre politikkenes bakscene var sannsynligvis større enn deres meningsstandpunkt i saken.

Mitt utvalg har i denne oppgaven begrenset seg til tre aviser og to valgkamper. Avgrensningen var nødvendig for å kunne gjennomføre dette i én hovedoppgave. I tillegg har jeg ikke vurdert retningen, eller tendensen, i alle artiklene som er talt opp, men valgt ut enkelte artikler som jeg mener illustrerer problemstillingene mine og vurdert disse kvalitativt. Det må sies å være en svakhet ved oppgaven. Utfordringen for videre studier må likevel være å utvide utvalget til å gjelde flere aviser; å få et representativt utvalg av landets presse. Dette er en stor jobb, men likevel en interessant utfordring.

For eksempel kunne det være interessant å ta for seg de av dagens aviser som fortsatt hevder å ha et politisk forankret verdigrunnlag, som blant annet Vårt Land, Nationen, Klassekampen og til dels Dagens Næringsliv, og sammenligne dem med den mer, uavhengige pressen. På hvilken måte kommer medienes politiske aktørrolle til uttrykk i disse ulike avisene? Finnes det forskjeller mellom avisene, og i hvilken grad vinkles stoffet forskjellig i avisene? En annen interessant tilnærming kunne vært å sammenligne lokalavisenes politiske profil med de store, sentrale avisene. Dette er spørsmål som videre studier kan gi svar på, og som er interessante i forhold til den

selvstendige, politisk uafhængige aktørrollen som pressen, og media generelt, nå har fåt.

Litteraturliste

Allern, Sigurd (2001): *Flokkdyr på Løvebakken*. Oslo: Pax Forlag AS.

Bjørnsen, Bjørn (1986): *Har du hjertet? Tusener lider! Arbeiderbladet 100 år 1884-1984, bind 11884-1918*, Oslo: Tiden.

Bjørklund, Tor (1991): "Electioncampaigns in postwar Norway (1945-1989): From Partycontrolled to Media-driven Campaigns". *Scandinavian political studies*. Vol. 14:279-299.

Bull, Edvard (1985): *Arbeiderbevegelsens historie i Norge. Arbeiderklassen blir til (1850 – 1900)*. Oslo, Tiden Forlag.

Broh, Anthony (1980): "Horse-race journalism: reporting the polls in the 1976 presidential election", *Public Opinion Quarterly* 44: 514-529.

Cook, Timothy E. (1998): *Governing with the News. The News Media as a Political Institution*. The University of Chicago Press, Chicago & London.

Danielsen, Rolf (1979): "Den norske Høyrepressen i 1920-årene – en systembeskrivelse", *Pressens Årbok* 17: 101-117.

Dearing, James & E. Rogers (1996): *Agenda-Setting*. Thousand Oaks, Sage.

Easton, David (1965): *A Framework for Political Analysis*. Prentice Hall, Englewood Cliffs, New Jersey.

Eide, Martin (1991): *Medievalkamp*. Oslo: Tano.

Eide, Martin & Gudmund Hernes (1987): *Død og pine! Om massemedia og helsepolitikk*. Oslo: FAFO.

Eide, Martin (1998): *Popularisering, modernisering, strukturering. En populæravis tar form. Verdens Gang i forvandling 1945-81*. Doktoravhandling, Institutt for medievitenskap, Universitetet i Bergen.

Esaiasson, Peter (1990): *Svenska Valkampanjer 1866-1988*. Stockholm: Allmänna Forlaget.

Flåtten, Lars Petter (2000): *Venner eller fiender? En analyse av konfliktstruktur og partiavstand i det norske partisystemet på 1990-tallet*. Oslo: Universitetet i Oslo. Hovedoppgave, Institutt for statsvitenskap.

Furre, Berge (1993): *Norsk historie 1905-1990*. Oslo: Det norske samlaget.

Ghanem, Salma (1997): "Filling in the Tapestry: The Second Level of Agenda Setting.", i M. McCombs, Donald L. Shaw og David Weaver (red.): *Communication and Democracy. Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda-setting Theory*. L. Erlbaum Associates Publishers. London.

Grønmo, Sigmund (1982): "Forholdet mellom kvalitative og kvantitative tilnærminger i samfunnsforskningen", i Holter, Harriet og Ragnvald Kalleberg (red.): *Kvalitative metoder i samfunnsforskningen*. Oslo, Universitetsforlaget, 1982.

Hernes, Gudmund (1978): "Det mediavridde samfunn", s. 181-195 i Gudmund Hernes (red.) *Forhandlingsøkonomi og blandingsadministrasjon*. Bergen: Universitetsforlaget.

Holand, Johan E. (1992): *Presse med mening: Den konservatives forening 1892-1992*. Oslo.

Holsti, Ole R. (1969): *Content Analysis for the Social Science and Humanities*. Reading: Addison-Wesley.

Høyer, Sverre (1982): "Pressen. Økonomisk utvikling og politisk kontroll", i *Massemedier, Maktutredningen*, NOU 1982: 30.

Høyer, Svennik (1989): *Små samtaler og store medier*. Oslo: Universitetsforlaget.

Høyer, Svennik (1995): *Pressen mellom teknologi og samfunn. Norske og internasjonale perspektiver på pressehistorien fra Gutenbergs til vår tid*. Oslo: Universitetsforlaget.

Iyengar, Shanto & D. Kinder (1987): *News that matters: Television and American opinion*. Chicago: University of Chicago Press.

Karlsen, Rune (2003): *Sakseierskap i en medievalgkamp. En studie av Arbeiderpartiets og Høyres valgkamp 2001*. Oslo: Universitetet i Oslo.
Hovedoppgave, Institutt for Statsvitenskap.

Kronvall, Kai (1971): *Partipressen i dag*. Studentlitteratur, Lund.

Lafferty, William M. (1989): "Demokratisk evaluering av valget" i *Kirke og kultur*, nr. 6, Oslo: Universitetsforlaget.

Martinussen, Willy (1972): "Politiske standpunktmønstre 1969" i H. Valen & W. Martinussen: *Velgere og politiske frontlinjer. Stemmegivning og stridsspørsmål*. Gyldendal Norsk Forlag, Oslo.

McCombs, Maxwell & Donald Shaw (1972): "The Agenda-Setting Function of Mass Media" i *Public Opinion Quarterly*, vol. 36.

NOU 2000: 15 *Pressepolitikk ved et tusenårsskifte*.

NOU 1982: 30 *Rapporten om massemedier*.

Rokkan, Stein (1966): "Norway: Numerical Democracy and Corporate Pluralism", s.70-115 i Robert A. Dahl (red.): *Political Oppositions i Western Democracies*. New Haven and London: Yale University Press.

Simensen, Jens O. (1999): *Meningsbærer eller meningsløs? Om avisenes samfunnsrolle*. Institutt for Journalistikk, Fredrikstad.

Slaatta, Tore (1999): *Medier, makt og demokrati. Et posisjonsnotat for makt- og demokratiutredningen*. Makt- og demokratiutredningen 1998-2003, i samarbeid med unipub, Akademika.

Skjeie, Hege (2001): "Det kritiske kjendiseri", *Nytt Norsk Tidsskrift* 18: 229-245.

Thorbjørnsrud, Kjersti (2001): *Vilje til makt? Praksis og prinsipper i politisk journalistikk. Illustrert ved "Jaglandsaken"*. Oslo: Universitetet i Oslo.

Hovedoppgave, Institutt for statsvitenskap.

Valen, Henry (1992): *Valg og politikk. Et samfunn i endring*. NKS-forlaget: Oslo.

Valen, Henry (1972): "Tre valg i utviklingens tegn" i H. Valen & W. Martinussen: *Velgere og politiske frontlinjer. Stemmegivning og stridsspørsmål 1957-1969*. Gyldendal Norsk Forlag. Oslo.

Valen, Henry, og Martinussen Willy (1972): *Velgere og politiske frontlinjer. Stemmegivning og stridsspørsmål 1957-1969*. Gyldendal Norsk Forlag. Oslo.

Waldahl, Ragnar (1999): *Mediepåvirkning*. Ad Notam Gyldendal. Oslo.

Weber, Robert Philip (1990): *Basic Content Analysis*. Newbury Park: Sage.

Willnat, Lars (1997): "Agenda Setting and Priming: Conceptual Links and Differences", i M. McCombs, Donald L. Shaw og David Weaver (red.): *Communication and Democracy. Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda-setting Theory*. L. Erlbaum Associates Publishers. London.

Østbye, Helge (1997): "Media in politics: Channels, Arenas, Actors, Themes, s. 215-228 i Kaare Strøm og Lars Svåsand (red.): *Challenges to political parties: The Case of Norway*. Michigan: University of Michigan Press, 1997.

Aardal, Bernt (1979): *Kodebok for innholdsanalyse av norske og danske organisasjoner. Tillegg til Magistergradsavhandling*. Institutt for samfunnsforskning/Institutt for statsvitenskap, Oslo.

Aardal, Bernt (2003a): "Det første valg i et nytt årtusen", kap. 1 i Bernt Aardal (red.): *Velgere i villrede*. Oslo: N.W. Damm & Søn.

Aardal, Bernt (2003b): "Avslutning", kap. 11 i Bernt Aardal (red.): *Velgere i villrede*. Oslo: N.W. Damm & Søn.

Avisartikler:

1969

Aftenposten (1969): "Mål for skatteomleggingen: Rettferdighet for de svake", 12/8.

Aftenposten (1969): "Innrømmelse", 20/8.

Aftenposten (1969): "Aarvik: Et rystende abortforslag fra Ap", 22/8.

Aftenposten (1969): "Tilbud og overbud", 25/8.

Aftenposten (1969): "Intet valgtema", 29/8.

Aftenposten (1969): "Lekkasjen", 1/9.

Aftenposten (1969): "Hensikten og middelet", 4/9.

Aftenposten (1969): "Intet alternativ", 6/9.

Aftenposten (1969): "Gi samarbeidsregjeringen ny fullmakt!", 8/9.

Arbeiderbladet (1969): "Behov for skatteduell", 15/8.

Arbeiderbladet (1969): "De første 100 dagene", 30/8.

Arbeiderbladet (1969): "Hemmelig avgiftsopplegg lekket ut fra Regjeringen", 30/8.

Arbeiderbladet (1969): "En skjevere fordeling", 3/9.

Arbeiderbladet (1969): "Bare èn mulighet for ny regjering: Et godt valg for Arbeiderpartiet", 8/9.

VG (1969): "Ikke alt", 15/8.

VG (1969): "Der er vi like", 16/8.

VG (1969): "Ønsketenkning", 20/8.

VG (1969): "Om å fristes i et valgår", 21/8.

VG (1969): "Valgkamp på avveier", 30/8.

VG (1969): "Ikke grunnlag for skifte", 6/9.

2001

Aftenposten (2001): "Ringte etter lege hele dagen – helt til kona døde", 29/8.

Aftenposten (2001): "Buss med et budskap", 3/9.

Dagsavisen (2001): "Høyre-velgere vil har Petersen", 16/8.

Dagsavisen (2001): "Homokamp i sentrum", 24/8.

Dagsavisen (2001): "KrF-lederen tror på homo-helbredelse", 25/8.

Dagsavisen (2001): "Stoltenberg avviser kutt i sykelønnen", 26/8.

Dagsavisen (2001): "Bedre sent...", 28/8.

Dagsavisen (2001): "Nei og atter nei til kutt", 30/8.

Dagsavisen (2001): "Sykelønn og redelighet", 3/9.

Dagsavisen (2001): "Stem mot et Høyre-styre", 10/9.

VG (2001): "Høyre fikk motbør", 19/8.

VG (2001): "Hemmelig dokument avslører Jens-bløff", 25/8.

VG (2001): "Ap-Jens nær smertegrensen", 28/8.

VG (2001): "Truet med streik og boikott", 29/8.

VG (2001): "Sprellemann for Valla", 30/8.

VG (2001): "Ny nedtur for Ap i ny måling", 30/8.

VG (2001): "Haler innpå", 30/8.

VG (2001): "Stoppet hysj-forhandlinger", 31/8.

VG (2001): "Sentrumsalternativet kan bli gravlagt", 3/9.

Internett:

Aftenpostens historie (2003, 14/7).

URL: www.dka.no/aftenposten

Dagsavisens historie (2003, 14/7).

URL: www.dagsavisen.no/om/historie

Store Norske Leksikon på internett (2003, 17/7).

URL: www.storenorskeleksikon.no

Vær Varsom-plakaten, Norsk Presseforbund (2003, 30/4).

URL: www.presse.no/varsom.asp

Vedlegg

Vedlegg A: Kodebok 1969

Oversikt over partiene i utvalget:

1. Arbeiderpartiet
2. Høyre
3. Venstre
4. Kristelig Folkeparti
5. Sosialistisk Folkeparti
6. Senterpartiet
7. Norges Kommunistiske Parti

Oversikt over politikerne i utvalget:

1. Trygve Bratteli (Ap)
2. Sjur Lindebrække (H)
3. Gunnar Garbo (V)
4. Lars Korvald (KrF)
5. Torolv Solheim (SF)
6. Per Borten (Sp)
7. Reidar T. Larsen (NKP)

Oversikt over avisene i utvalget:

1. Aftenposten
2. VG
3. Arbeiderbladet

Oversikt over artikkeltype:

1. Nyhetsartikkel
2. Lederartikkel
3. Kommentartikkel

Vedlegg B: Kodebok 2001**Oversikt over partiene i utvalget:**

1. Arbeiderpartiet
2. Høyre
3. Kristelig Folkeparti
4. Sosialistisk Venstreparti
5. Fremskrittspartiet
6. Senterpartiet
7. Venstre
8. Kystpartiet
9. Rød Valgallianse

Oversikt over politikerne i utvalget:

1. Jens Stoltenberg (Ap)
2. Jan Petersen (H)
3. Kjell Magne Bondevik (KrF)
4. Kristin Halvorsen (SV)
5. Carl I. Hagen (FrP)
6. Odd Roger Enoksen (Sp)
7. Lars Sponheim (V)

8. Steinar Bastesen (Kp)
9. Aslak Sira Myhre (RV)
10. Thorbjørn Jagland (Ap)

Oversikt over avisene i utvalget:

1. Aftenposten
2. VG
3. Dagsavisen

Oversikt over artikkeltype:

1. Nyhetsartikkel
2. Lederartikkel
3. Kommentartikkel